**Содержание**

Раздел 1. Введение

# Раздел 2. Значение во внутрифирменной системе информации

2.1 Коммуникации

2.1.2 Коммуникации между организацией и ее средой

2.1.3 Коммуникации между уровнями и подразделениями

2.1.4 Формальные и неформальные коммуникации

2.1.5 Коммуникационный процесс

2.1.6 Межличностные коммуникации

2.1.7 Коммуникационные сети

2.2. Внутрифирменная система информации

2.2.1 Виды информации на предприятии

2.2.2 Аппаратное управление внутренней системы информации

2.2.3 Информационные ресурсы предприятия

2.2.4 Значение внутрифирменной системы информации

Раздел 3. Анализ внутрифирменной системы информации

3.1 Корпоративная информационная система ОАО «ММК»

3.2 Транспорт для информации на ОАО «ММК»

3.3 Интернет - информационный ресурс

3.4 Информационные системы компании «Боинг»

Раздел 4. Заключение

Список используемой литературы

**Раздел 1. Введение**

Коммуникации, обмен информацией – это то, в чем каждый участвует ежедневно, но лишь не многие делают это достаточно согласованно. Почти невозможно переоценить важность коммуникаций в управлении. Едва ли не все, что делают руководители, чтобы облегчить организации достижение ее целей, требует эффективного обмена информацией. Если люди не могут обмениваться информацией, ясно, что они не сумеют работать вместе, формулировать цели и достигать их. Однако, коммуникации - это сложный процесс, состоящий из взаимозависимых шагов. Каждый из этих шагов очень нужен для того, чтобы сделать наши мысли понятными другому лицу.

Цель данной работы - ознакомиться с природой и сложностями коммуникаций, с потенциальными западнями на пути к пониманию сути сообщений, а также с тем, что можно предпринять, чтобы более эффективно обмениваться информацией, как среди менеджеров, так и за пределами их круга. Как правильно использовать информацию и какое она имеет значение для современных фирм и корпораций.

Задачи данной работы - изучение сущности и понятия информации. Как она влияет на организацию бизнеса и членов этой организации.

Тема данной работы актуальна на современном этапе развития бизнеса, т. к. очень трудно без информационных ресурсов и возможностей построить этот бизнес. Из большого объема информации необходимо выбирать более нужную и правильную, переосмысливать ее содержание и делать необходимые выводы.

Информационные ресурсы, новейшие технологии - это неотъемлемый атрибут современной фирмы, которая движется к достижению своих целей, задач, чтобы получить эффективный результат своей работы.

Если компания не обладает информационными возможностями, не понимает важности коммуникативного процесса, то она не в состоянии выдержать конкурентную борьбу, понимания и одобрения клиентов, получение ожидаемой прибыли, процветания и устойчивого положения на рынке.

**Раздел 2. Значение информации во внутрифирменной системе информации**

**2.1 Коммуникации**

Любое общение, в том числе и деловое - это, прежде всего коммуникация, т. е. обмен информацией, значимой для участников общения. Само понятие «коммуникация» (от лат.communicatio- сообщение, связь, путь сообщения, а это слово, в свою очередь, произошло от communico-, связываю, общаюсь).[[1]](#footnote-1)

Менеджер- руководитель от 50- 90% всего времени тратит на коммуникации. Это кажется невероятным, но становится понятным, если учесть, что руководитель занимается этим, чтобы реализовать свои роли в межличностных отношениях, информационном процессе и процессе принятия решений, не говоря об управленческих функциях планирования, организации, мотивации и контроля.

Основная часть коммуникаций в организации приходится на разговоры, записки, сообщения и т.д. Коммуникации представляют собой всепроникающий и сложный процесс.

**2.1.2 Коммуникации между организацией и ее средой**

Любая организация существует в некоторой внешней среде. Эта же организация порождает свою внутреннюю среду. Внутренняя среда формируется совокупностью структурных подразделений предприятия и работающих там людей.[[2]](#footnote-2)

Организация пользуется разнообразными средствами для коммуникации с составляющими своего внешнего окружения. С имеющимися и потенциальными потребителями они общаются с помощью рекламы и других программ продвижения товаров и услуг на рынок. В сфере отношений с общественностью первостепенное внимание уделяется созданию имиджа, определенного образа организации на местном, общенациональном или международном уровне.

Обсуждения, собрания, телефонные переговоры, служебные записки, видеоленты, отчеты и т. п., циркулирующие внутри организации, зачастую являются реакцией на возможности или проблемы, создаваемые внешним окружением.

**2.1.3 Коммуникации между уровнями и подразделениями**

Информация перемещается внутри организации с уровня на уровень в рамках вертикальной коммуникации. Она может передаваться по нисходящей, т. е. с высших уровней на низшее. Таким путем, подчиненным уровням управления сообщается о текущих задачах, изменении приоритетов, конкретных заданиях, рекомендуемых процедурах и т. п.[[3]](#footnote-3)

Помимо обмена по нисходящей, организация нуждается в коммуникациях по восходящей. В этом случае служащие готовы сообщить своему непосредственному начальнику о возникшей проблеме.

Передача информации с низших уровней на высшее может заметно влиять на производительность. Так же коммуникации по восходящей выполняют функцию оповещения верха о том. Что делается на низших уровнях. Таким путем руководство узнает о текущих или назревающих проблемах и предлагает возможные варианты исправления положенных дел. Обмен информацией по восходящей происходит в форме отчетов, предложений, и объяснительных записок.

В дополнение к обмену информацией по нисходящей или восходящей организация нуждается в горизонтальных коммуникациях. Организация состоит из множества подразделений, поэтому обмен информацией между ними нужен для координации задач и действий.

Дополнительные выгоды от коммуникаций по горизонтали заключается в формировании равноправных отношений.

Основу процесса управления составляет взаимодействие между элементами управленческой структуры - подразделениями, должностями, отдельными лицами, осуществляемое с помощью соединяющих их коммуникационных каналов, создаваемых в процессе личных контактов, обмена документами, функционирования электронных средств связи и т. п. По содержанию такое взаимодействие может быть информационными, административным или техническим.

Коммуникационные каналы бывают трех видов: односторонние (информация движется в одном направлении), двусторонние (информация с обратной связью), многосторонние(информация движется во многих направлениях с обратной связью).

В рамках информационного взаимодействия субъекты управленческой деятельности обмениваются сведениями, необходимыми для принятия решений. Эти сведения бывают официальными, закрепленными юридически, и неофициальными, не обладающими никаким правовым статусом, но помогающими ориентироваться в ситуации.

В процессе административного взаимодействия вышестоящие звенья управленческой структуры передают нижестоящим управленческие полномочия и ответственность, различные распоряжения, инструкции. рекомендации, получают от них отчеты, осуществляют процесс контроля.

По характеру, взаимодействие в организации может быть прямым или косвенным. Прямое основывается на контактах сторон. Косвенное подразумевает, что одна из сторон создает условия, при которых другая, несмотря на отсутствие каких бы то ни было команд, выполняет требующиеся от него действия.

**2.1.4 Формальные и неформальные коммуникации**

Организации состоят из формальных и неформальных компонентов. Канал неформальных коммуникаций можно назвать каналом распространения слухов.

Приписываемая слухам репутация неточной информации сохраняется и до сегодняшнего дня. Тем не менее, исследования показывают, что информация, передаваемая по каналам неформального сообщения, т.е. слухи, чаще оказывается точной, а не искаженной. 80-90% слухов точны в отношении непротиворечивой информации о самой компании.

**2.1.5 Коммуникационный процесс**

Обмен информацией широко охватывает разные части организации и каким образом он соотносится с эффективностью. Обмен информацией в организациях не всегда эффективен, как следовало бы. На деле люди общаются между собой менее эффективно, чем им это кажется.

Кроме того, во многих случаях передаваемое сообщение оказывается неправильно понятым и, следовательно, обмен информацией - неэффективным. Джон Майнер, выдающийся исследователь в области управления, указывает, что, как правило, лишь 50% попыток обмена информацией приводит к обоюдному согласию общающихся. Чаще всего причина столь низкой эффективности в забвении того факта, что коммуникация- это обмен.[[4]](#footnote-4)

Выделяют 5 базовых элемента в процессе обмена информацией:

1.Отправитель - это лицо, которое собирается или отбирает информацию и передает ее.

2.Сообщение - сущность информации, передающейся устно или закодировано, с помощью символов.

3. Канал - средство передачи информации.

4. Получатель - лицо, которому предназначена информация и которое ее воспринимает.

5. Обратная связь - реакция получателя на сообщение отправителя.

**2.1.6 Межличностные коммуникации**

Хотя эффективный обмен письменной информацией имеет преобладающее значение в организации, нам представляется, что исчерпывающий анализ такого рода обмена выходит за рамки. То же самое относится и к использованию компьютера, как средства коммуникации. Руководитель от 50-90% своего времени тратит на разговоры, поэтому мы выделяем здесь прямой межличностный обмен информацией. Понимание процесса межличностного обмена информацией и методов совершенствования умения общаться должно, способствовать росту эффективности управленческой деятельности. Однако в дополнение к межличностным контактам управляющий должен иметь представление о преградах на пути обмена информацией в организации и методах совершенствования такого обмена.[[5]](#footnote-5)

Когда информация движется внутри организации вверх и вниз. Смысл сообщений несколько искажается. Такое искажение может быть обусловлено рядом причин. Сознательное искажение информации может иметь место, когда какой-либо управляющий не согласен с сообщением.

**2.1.7 Коммуникационные сети**

В организациях, где занято более двух человек, коммуникационные каналы объединяются в так называемые сети, связывающие элементы управленческой структуры в единое целое. И столь же многоуровневые, как она сама. Они объединяют в себе формальные и неформальные коммуникационные каналы, как дублирующие, так и дополняющие друг друга.

На практике можно выделить три вида коммуникационных сетей: открытые, замкнутые и комбинированные. Открытых движение команды или информации может быть остановлено, потому что оно попадает в тупик, т. е. к элементу структуры управления, находящемуся в конце канала. Она так же может наткнуться на «посредника» или «контролера» (промежуточное звено в сети коммуникации), который по каким-то причинам этому движению препятствует (останавливает, искажает, направляет в другую сторону) и которого нельзя минуть. В замкнутых сетях тупики и контролеры либо отсутствуют, либо могут быть обойдены. Комбинированные сети сочетают в себе оба принципа построения и присущи больше крупным многоуровневым организациям.

**2.2 Внутрифирменная система информации**

Основная цель коммуникационного процесса - обеспечение понимания информации, являющимся предметом обмена, т.е. сообщений.

Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. К сожалению, многие попытки обмена информацией обрываются на первом этапе, поскольку отправитель не затрачивает достаточного времени на обдумывание идеи.

Информация - сведения об окружающем мире (объектах, явлениях, событиях и т. д.), которые уменьшают имеющуюся степень неопределенности, неполноты знаний, которые можно воспроизводить путем передачи людьми устным, письменным или другим способом.[[6]](#footnote-6)

**2.2.1 Виды информации на предприятии**

Управляющая система получает от управляемой системы информацию о состоянии заданных ею технико-экономических параметров в процессе производственной и финансово- хозяйственной деятельности. На основе полученной информации управляющая система вырабатывает команды управления и передает их в управляемую систему для исполнения. Информация, которая функционирует на предприятие в процессе управления, может быть классифицирована следующим образом:

* По форме отображения (визуальная, аудиовизуальная, смешанная)
* По форме представления (цифровая, буквенная, кодированная)
* По роли в процессе управления (аналитическая, прогнозная, отчетная, научная, нормативная)
* По качеству (достоверная, ложная и т. д.)
* По возможности использования (необходимая, достаточная, избыточная)
* По степени обновляемости (постоянная, переменная)
* По степени деятельности предприятия (экономическая, управленческая, социальная, технологическая)
* По источнику возникновения (внутриорганизационная, внешняя)
* По степени преобразования (первичная, производная, обобщенная)
* По виду носителя
* По времени поступления (периодическая, постоянная, случайная) и т.д.

Большое внимание должно уделяться со стороны менеджера вопросам сохранности информации и предотвращения ее утечки, а также построению на предприятии информационных систем.[[7]](#footnote-7)

Информационные системы могут быть простыми. В этом случае происходит доставка информации от места ее возникновения до места потребления. Более распространены сложные системы информации, соответствующие сложности производства и организационной структуре управления, которые охватывают и линейное управления, и функциональные службы предприятия.

Информационные системы различаются:

* По обработке информации (централизованные и децентрализованные)
* По степени охвата информации (комплексные, локальные)

Комплексные информационные системы охватывают весь комплекс служб предприятия, а локальные предназначены для определенных функций управления.

В последнее время при построение информационных систем стали выделять бэк - офисную и фронт - офисную информацию. Бэк - офисная – такая информация, доступ к которой имеют только сотрудники предприятия (все или из определенных подразделений). Фронт - офисная - такая информация, доступ к которой имеют все желающие, например клиенты предприятия.

Важное значение имеет информация о возникновении в ходе производства отклонений от плановых показателей, требующих принятия оперативных решений.

Информация является одним из важнейших факторов, определяющих качество и эффективность принимаемых руководителями решений.

Достаточный объем информации поступает в среднем лишь к 47,6% руководителей. «Информационный голод» в большей мере испытывают высшие иерархические звенья управления, где принимаются стратегические решения.

14,2% руководителей считают поступающую информацию полнлстью соответствующей предъявляемым к ней требованиям, при этом меньше всего удовлетворены качеством информации заместители директоров: всего 505 считают получаемую информацию достаточной, столько же указывают на то, что она слабо обработана и часто несвоевременна. Это- одна из наиболее низких оценок среди руководителей всех уровней. Кроме того, на этот уровень управления идет много ненужной, а иногда и необъективной информации.

Правильность и эффективность принимаемых решений зависят не только от объемов и качества информационного обеспечения и квалификации руководителей, но и от того, хватает ли им времени на качественный анализ поступившей информации

Информационную перегрузку испытывают (субъективно) лишь 9.5% руководителей. Информационные перегрузки у руководителей высших звеньев, в частности у начальников управлений и заместителей директоров, у которых она в 1,5-2 раза выше средних показателей

Недостаточная информационная обеспеченность процесса принятия стратегических решений приводит к тому, что руководители меньше, чем следовало бы, участвуют в этом процессе.[[8]](#footnote-8)

Существенную роль в принятии решений играет научно- техническая информация, содержащая новые научные знания, сведения об изобретениях, технических новинках своей фирмы и фирм- конкурентов. Это непрерывно пополняемый общий фонд и потенциал знаний и технических решений, практическое и своевременное использование которого обеспечивает фирме высокий уровень конкурентоспособности.

Информация служит основой для подготовки соответствующих докладов, отчетов, предложений для выработки и принятия управленческих решений.

Содержание каждой конкретной информации определяется потребностями управленческих звеньев и вырабатываемых управленческих решений. К информации предъявляются определенные требования:

* Краткость, четкость формулировок, своевременность поступления;
* Удовлетворение потребностей конкретных управляющих;
* Точность и достоверность, правильный отбор первичных сведений, оптимальность систематизации и непрерывность сбора и обработки сведений.

Для современных условий характерно применение высокоэффективной внутрифирменной системе информации, основанной на использовании новейших технических средств.

Управленческая внутрифирменная информационная система представляет собой совокупность информационных процессов для удовлетворения потребности в информации разных уровней принятия решений.

Информационная система состоит из компонентов обработки информации, внутренних и внешних каналов ее передачи (связей), собственно информации.

Управленческие информационные системы последовательно реализуют принципы единства производственного процесса, информации и организации путем применения технических средств сбора.

Важную роль в использовании информации играют способы ее регистрации, обработки, накопления и передачи; систематизированное хранение и выдача информации в требуемой фирме; производство новой числовой, графической и иной информации.

**2.2.2 Аппарат управления внутрифирменной системы информации**

Аппарат управления внутрифирменной системой информации включает:

* Вычислительный центр для обслуживания фирмы в целом;
* Центральную службу информации;
* Информационную систему в производственных отделениях, включающую отделы: обработки и анализа информации; Обработки входящей и выходящей документации; хранения и выдачи информационных материалов; вычислительной техники.[[9]](#footnote-9)

**2.2.3 Информационные ресурсы предприятия**

Любая организация имеет информационную систему и информационные ресурсы, даже если эта организация состоит из одного предпринимателя, и он не догадывается об их существовании, а просто иногда делает записи о своем бизнесе в блокноте.

В управлении информационными ресурсами предприятия существуют как некоторые концептуальные положения, так и конкретные вопросы отдельных информационных технологий.

Информационными ресурсами нужно управлять. Нужно изучать информационные потребности, планировать и управлять информационными ресурсами. Ключевой вопрос для любой организации: Хорошо ли мы управляем информационными ресурсами?

Информация позволяет принимать обоснованные и эффективные решения. Она позволяет управлять. Но и информацией нужно управлять. Управлять процессом ее получения и использования. Если в организации задумаются о том, где и как они получают информацию о своем производстве, ценах, конкурентах, то это будет первым шагом в получении конкурентного преимущества.

В настоящее время мы вступаем в информационное общество, поэтому и менеджеры, и исполнители должны понимать основные концепции и способы применения информационных технологий и быть способными принимать важные решения относительно их использования.

Менеджеры должны уметь управлять информацией и улучшать свое дело с помощью правильного ее использования для повышения эффективности работы, производства, качества услуг и качества управления.

Управляющая часть оказывает на управляемый процесс определенное воздействие. Чтобы управляющая часть могла осуществлять управление, ей требуется сопоставлять фактическое состояние управляемого процесса с целью управления, в связи, с чем, с чем управляемый процесс воздействует на управляющую часть. Воздействие обеих частей друг на друга осуществляется в виде передачи информации. Таким образом, в системе управления всегда присутствует замкнутый информационный контур.

В рамках информационного контура имеется и передается информация о целях управления, о состоянии управляемого процесса, об управляющих воздействиях.

В настоящее время, для нормального функционирования организации существенную роль играют информационные ресурсы. Информационные ресурсы для любой организации \_ это весь имеющийся объем информации в информационной системе.[[10]](#footnote-10)

Наличие информации предопределяет развитие стран, отраслей, организаций. Информация- это стратегический ресурс, а информационные ресурсы являются одними из важнейших.

**2.2.4 Значение информации во внутрифирменной системе информации**

Весь современный бизнес сегодня построен на управлении информационными потоками. Если у вас есть информация и возможности выгодно преподнести ее общественности - Вы выиграете. В противном случае ее воспользуются ваши конкуренты.

Какая информация представляет наивысшую ценность для вашего бизнеса? Есть ли она у вас? Готовы ли вы распространить ее? Какие каналы вы хотите использовать для этого?

Для современных условий характерно применение высокоэффективной внутрифирменной системы информации, основанной на использовании новейших технических средств.

Внутрифирменная система информации выполняет следующие функции:

1. Определение потребности каждого конкретного руководителя в характере и содержании необходимой ему информации для целей оперативного управления.
2. Определение потребностей в технических средствах фирмы.
3. Централизованное планирование всех затрат на приобретение, аренду технических средств для обеспечения бесперебойного функционирования системы информации.
4. Определение уровня затрат на использование технических средств в системе информации.
5. Обеспечение должного уровня сбора, хранения и предоставления информации.
6. Разработка программных средств, прикладных программ.

Управление предприятием не может эффективно проводится без достаточной оперативной, надежной, современной информации. Информация является основой управленческого процесса, и от того, насколько она совершенна, во многом зависит качество управления предприятием. Информационная деятельность менеджера требует от него четкой организации процесса сбора, анализа и обработки информации, причем он должен уметь определять важность или второстепенность поступающей информации. Менеджер также должен уметь упорядочивать коммуникации и обмен информацией в рамках предприятия и фирмы.

Информация также важна для фирмы тем, что она обслуживает функции управления, связывает подразделения организации и обеспечивает контакты с внешней средой, обеспечивает движение заданной цели, позволяет выбрать определенную линию поведения организации.

**Раздел 3. Анализ значения информации во внутрифирменной системе информации**

Значение информации на сегодняшний день для компаний очень велико. Если у компании есть информационные возможности, значит у нее есть все шансы устоять в конкурентной борьбе, Завоевать признание клиентов и самоутвердиться на рынке.

ММК - одна из ведущих металлургических компаний России. На сегодняшний день менеджеры ММК реально осознают, что для нормального развития им необходимы новые информационные ресурсы и возможности. Поэтому они не стоят на месте в этом вопросе и двигаются вперед.

**3.1 Корпоративная система ММК**

На ММК внедряется новая корпоративная информационная система (КИС). В последнее время об этой системе много разговоров и мнений. Причем довольно противоречивых: от восторженных до пессимистических. В корейской фирме Posko на нее затратили 200 миллионов долларов, поскольку считают систему непременным атрибутом большой корпорации. А когда получили результат, сами поразились- он в четыре раза превышает затраты на систему. До последнего времени работа экономических, финансовых, производственных служб базировалась на анализе фактов производства, а чаще всего- постфактум. Дальше разбираются только причины произошедшего. А вот как можно сделать, чтобы не произошло? Этот вопрос не стоял из- за отсутствия информации в полном объеме. Система позволяет сделать более глубокий анализ реально происходящих событий. Это с одной стороны. С другой - люди, обладающие большим объемом интуиции и знаний, - те же самые снабженцы, сбытовики- скорее, лишь высказывают предположения, что и сколько нужно для производства, куда и кому реализовывать продукцию. И на основе предположений они могут строить свою стратегию. Но они не обладают объемом данных нормального сплагированного компьютера, который может без устали накапливать знания и оперативно анализировать их. Отображение в старой системе АСУ «Заказ» было по 13 признакам каждого заказа, а теперь по 22. Возможности совершенно иные. Системы мирового маркетинга уже наработаны, а значит, открывается возможность действовать по очень многим направлениям, которое заложены в стандартной функциональности, для соблюдения которой нужно создать определенное количество отображений. Они создавались и прежде, но на бумажных носителях, которые имеют свойство забываться, подправляться. В КИС ничего невозможно подправить. Чтобы внести изменения постфактум, нужно пройти очень сложную официальную процедуру изменений, объяснив, почему это произошло.

Ежедневно работа в системе у человека отнимает не более двух часов. Причем он работает с теми же цифрами, что и прежде, поскольку многие направления носят сугубо локальный характер и формируются внутри только одной службы. КИС дисциплинирует людей, которые должны каждый день оставлять в ней след о своей работе, отображая реальные процессы, происходящие в компании. Предприятие должно каждый день знать ситуацию с формированием себестоимости, получением денег, формированием производственного процесса как такового. Потому должны постоянно сопровождать процесс, изо дня в день строить кривую благополучия или неблагополучия общей обстановки на комбинате. Это возможно при анализе помещения результатов предприятия по большому количеству направлений. На основе полученной информации в системе получают не только внутреннюю информацию о состоянии предприятия, но, например, уникальную возможность вести диалог с федеральными органами власти. Появляется еще и возможность разговаривать на одном языке со всем миром. Нет ни одного предприятия, на котором бы сказали, что правила КИС слишком сложны для выполнения. Она настолько проста, что с ней сотрудничать не сложно, нужно только знать правила игры и быть достаточно аккуратным человеком. На 2000 пользователей создано около 400 инструкций. Для улучшения работы планируется в ряде случаев ставить аппараты быстрочтения, чтобы вовсе не зависеть от человеческого фактора: машина все сама распознает и рассортирует.

Сокращается время работы с документами, соответственно увеличиваются обороты в компании, причем в неявном виде, но потом фиксируется увеличение производительности труда, сокращаются запасы ненужных материалов, сокращаются и ставятся препятствия к заказу ненужных не нужных деталей для проведения ремонтов.

КИС- это единая машина –сервер, которая занимается переработкой информации. По объему это гардероб для одной семьи. По сути - маленькая машинка стоимостью почти в миллион долларов. А на самом деле очень сложное технологическое устройство, которое хранит в себе такой объем информации, который не могут сохранить даже суммарно 34000 трудящихся.

**3.2 Транспорт для информации на ММК**

Протяженность волоконно-оптической магистрали на ММК сегодня достигает 150 километров. Она стала связующим элементом для множества объектов, расположенных на обширной территории предприятия. По ее транспортным веткам проходят колоссальные информационные потоки. Не случайно магистральную инфраструктуру рассматривают как основную часть корпоративной информационной системы ММК.

Сейчас информационной «паутиной» опутаны не только производственно- управленческие структуры, но и загородные социальные объекты комбината. Реализация специалистами ОАО «ММК» и компанией «ЮжУралТрансТелеКом» крупного проекта 2 года назад позволила «благоустроить» информационную инфраструктуру ОСК «Абзаково» и горнолыжного центра. Как следствие, там появились не только надежная телефонная связь, но и дополнительные услуги: банкоматы, доступ к Интернету, выход в корпоративную информационную систему комбината. Сегодня большое магистральное оптическое кольцо ММК объединяет почти 7000 активных устройств: компьютеры, прочее оборудование для передачи данных. Все входящее в это кольцо объекты обеспечены качественным информационным транспортом. Иными словами на ММК создана отказоустойчивая, высокоскоростная масштабированная система. На сегодняшний день это костяк, которой формирует весь информационный обмен- от телефонии до передачи данных. По словам специалистов, «оптика», позволяющая транспортировать огромные информационные потоки, не подвержена влиянию электромагнитных излучений. Связь- без помех. Что может быть важнее в условиях промышленного гиганта?

Подключение в корпоративную сеть удаленных друг от друга цехов- пользователей стало возможным благодаря работающей в цехе связи АТС «Дефинити».

Связь на ММК позиционируется уже как информационный сервис, который является составной частью корпоративной информационной системы- он соответствует высочайшим требованиям как по качеству, так и по количеству услуг.

На самом деле: еще недавно тот же телефон рассматривали лишь как средство вербальной коммуникации. Сейчас телефонная линия служит уже не только для переговоров, но и для передачи данных через компьютерную сеть. Потребность удаленных пользователей в высокоскоростном подключении - это как раз один из тех информационных сервисов, который необходим в рамках внедрения КИС. Среди возросшего количества функций АТС- голосовая почта, переадресация сообщений, удержание линий. В настоящее время разрабатывается новый вид обслуживания - система конференц-связи.

По окончании второго этапа модернизации «Дефинити», к 2005 году, специалисты дирекции информационных технологий планируют внедрить еще ряд полезных сервисных новшеств. Чтобы менеджеры ММК могли оперативно получать информацию, будет создана система, суть которой заключается в «привязке» телефона к информационной базе данных предприятия. Помимо того, что телефонный аппарат автоматически определит номер абонента, через АТС из базы данных дополнительно поступят все необходимые ему сведения о звонящей стороне: состояние кредиторско-дебиторской задолженности, последние платежи, объемы поставок и т.д. Сняв телефонную трубку, менеджер сразу увидит все это на экране своего компьютера и будет полностью подготовлен к общению.

В январе 2004 года в информационную сеть ММК подключена станция Рудная, что ускорило управление входом вагонов с сырьем, их приемкой и выпуском. В итоге на каждом вагоне экономится час времени, а это позволяет ММК снизить плату за их аренду у « Российских железных дорог». Отдача от использования магистралей оптических волоконных линий, связавших объекты комбината, от внедрения КИС, повышающей управляемость предприятием, ежегодно будет исчисляться миллионами долларов. Оптические технологии обеспечивают оперативность при использовании информации, поступающей по всем направлениям- завозу сырья, запасам материалов, отгрузке готовой продукции, потокам денежных средств.

**3.3 Интернет - информационный ресурс**

На базе ММК прошел слет молодежных лидеров промышленных предприятий России и ближнего зарубежья. Для посланцев рабочий молодежи визит в Магнитку был интересен, прежде всего, возможностью изучить передовой опыт крупнейшего в России металлургического комбината. ММк- одно из первых предприятий, на котором взамен распавшегося комсомола была создана новая молодежная структура- союз молодых металлургов, отметивший совсем недавно свое одиннадцатилетие. В программу слета были включены актуальные для его участников моменты. Один из таких моментов, идея расширить формы общения, создав единый международный сайт молодежных промышленных организаций. Инициативная группа союза молодых металлургов уже сделала «наброски» по информационно- аналитической части нового сайта. По замыслу СММ, на сайте должны быть представлены визитки каждой молодежной организации промпредприятий- устав и планы работы, свежие новости о прошедших конференциях, конкурсах, спортивных соревнованиях, имена победителей и событийная фотогалерея. Для неформального общения предложено открыть чат, а на форуме- обсуждать актуальные темы. Единый сайт позволить сверстать сводный план работы, анонсировать молодежные мероприятия, проходящие на предприятиях России и ближнего зарубежья.

**3.4 Информационные системы компании «Боинг»**

Компания Boeing- один из главных производителей самолетов и космических систем в США, со штаб- квартирами в Сиэтле, Вашингтоне.

Несмотря на то, что Боинг в настоящее время является лидером в производстве самолетов, необходимо внести некоторые изменения, чтобы удержать эти позиции.

В конце 1960-х годов дела у Боинг шли хорошо, но у компании была серьезная нехватка запчастей, которая мешала производству (около 2500- 5000 в месяц)

С 1966 до середины 1980-х годов в Боинг было установлено 15 больших информационных систем, не считая дюжины маленьких. Информационные системы помогли Боингу решить проблему с нехваткой запчастей. Боинг создавал острова автоматизации. У информационных систем были проблемы с обратной связью и передачей данных друг другу.

Изменение ситуации на рынках космической и военной промышленности- необходима новая стратегия, в том числе и в области информационных систем. В Боинг уверены, что его конкурентоспособность на коммерческом рынке авиастроения зависит от использования информации по трем направлениям:

1. Для увеличения рыночной чувствительности Боинг. Информационные системы помогли компании:

* Конструировать по цене, т. е. создавать самолеты, учитывая затраты;
* Создавать гибкие графики перевозок, что позволит перевозить товары быстрее конкурентов;
* Сделать уже существующую технику более удобной без внесения больших изменений.

1. Получение конкретного преимущества:

* Путем более эффективной послепродажной поддержки;
* за счет создания с помощью информационных технологий документации к самолетам, основанной на оригинальных данных производства;
* путем использования методов искусственного интеллекта для диагностики самолетов.

1. Для помощи компании при реализации производства и области дизайна.

Целью Боинг в середине 1980-х годов было создание увеличенного потока информации. Так как создание и обслуживание самолетов- это действительно информационный процесс.

Различные острова автоматизации складывались в единую неразрывную информационную структуру. Существующие островки автоматизации были основаны на действующей организационной структуре. Если информация должна была использоваться лучше. Она должна была пересечь границы элементов организации. Один из способов- создать группы людей из отделов производства, проектировки и др. Вместо того чтобы автоматизировать традиционные способы ведения дел, была осуществленна рационализация процессов проектирования и производства до их автоматизации. Боинг стал использовать компьютеры, где это только возможно.

В начале 1990-х годов Боинг переосмыслил свою позицию и предпринял широкомасштабное изучение всех процессов для выработки новой концепции - как для деловых процессов компании, так и для информационных систем в 2010 году.

Чтобы определить концепцию бизнеса. Боинг исследовал следующие фундаментальные вопросы:

* Какие деловые процессы мы должны использовать?
* Какая нам для этого нужна информация?
* Как связаны процессы и информация?
* Как управлять данными?
* Какие аппаратные, программные и сетевые средства нужны?

Благодаря этому несомненным лидером является именно эта компания.

На примере этих двух компаний, четко видно, что информация важна. Так же важны информационные ресурсы, которые используют компании для улучшения информационной системы. От этого непосредственно зависит деятельность организации, ее успехи и неудачи.

# **Раздел 4. Заключение**

В данной работе была рассмотрена проблема значения информации во внутрифирменной системе информации. Информация безусловно важна для любой организации, но чтобы эта информация была более эффективной, помогала в достижении целей организации необходимо, чтобы она отвечала следующим требованиям:

* Иметь достаточную мощность входа, переработки и выхода информации, чтобы обеспечить ею все управленческие уровни.
* Быть оперативной, способной к быстрой перестройке, обусловленной изменениями условий производства.
* Форма данных должна быть предельно ясна персоналу того управленческого уровня, которому эта информация предназначена.
* Объем и содержание поступающей информации должны быть необходимыми и достаточными для принятия решений.
* Поставляемая информация должна строго соответствовать определенному управленческому уровню.
* Гарантировать в пределах установленного времени достоверность информации
* Периодичность поставки информации должна быть одинаковой для всех информационно взаимосвязанных управленческих уровней.
* Информационные системы должны обладать свойством перспективной адаптивности - ориентированы на возможные изменения количественных и качественных показателей, поставляемой ими информации.

Создание и внедрение информационных систем, отвечающих вышеприведенным требованиям, позволит снизить перегрузку руководителей всех уровней, сделает управленческий процесс более четким и качественным; поднимет роль управленческого фактора в интенсификации производства.

Для улучшения коммуникативных систем в современной фирме необходимо:

1. Не искажать смысл сообщений: как сознательно, так и непреднамеренно.
2. Фильтровать всю полученную информацию. Это делается для того, чтобы ускорить движение поступаемой информации.
3. Суммирование информации.
4. Устранить несовпадение статусов уровней организации. Улучшать взаимодействие между ними.
5. Не бояться наказания.

В свою очередь для улучшения коммуникации, менеджер должен:

1. Регулирование информации во всех уровнях организации.
2. Осуществлять системы обратной связи

* Постоянный опрос работников;
* Система сбора информации;

1. Использовать электронную почту, интернет, СМИ.

Из данной работы четко видно, как важно обладать информационными ресурсами, как правильно распределить информационные потоки, которые поступают в компанию, как организовать коммуникационные процессы в организации как с внешней, так и с внутренней стороны этой организации. Понять сущность и важность поступающей информации и коммуникации на сегодняшний день для современного бизнеса.

**Список использованной литературы**

1. В.В. Годин, К.И. Корнеев «Управление информационными ресурсами» М. 2002г. стр.3-20.
2. В.Ф. Веснин «Основы менеджмента» М. 1997г. стр.103-108.
3. Е.Л. Драчев «Современный менеджмент» М.1999г. стр.162-169.
4. И.Н. Герчикова « Менеджмент» М. 1997г. стр.132-142.
5. Е.Е. Вершигора « Менеджмент» М. 1998г. стр.167-182.
6. Мескон, Хедоури «Основы менеджмента» М.1991г. стр.166-193.
7. «Эко» №5, 2004г. «Информационные проблемы управления производством» О.Ф Удалов стр.122-127.

«Магнитогорский металл» № 29,109, 111, 112 за 2004г. стр.4

1. Мэскон, Хедоури «Основы менеджмента» М. 1991г.стр. 166 [↑](#footnote-ref-1)
2. Мэскон Хедоури «Основы менеджмента» М. 1991г. Стр 166-167 [↑](#footnote-ref-2)
3. Мэскон, Хедоури «Основы менеджмента» М.1991г. стр.170-171. [↑](#footnote-ref-3)
4. Е.Е.Вершигора «Менеджмент» М.1998г. стр167-173. [↑](#footnote-ref-4)
5. В.Р.Веснин «Основы менеджмента» М. 1997г. Стр.103-105. [↑](#footnote-ref-5)
6. И.Н. Герчикова «Менеджмент» М.1997г. стр.133-136 [↑](#footnote-ref-6)
7. И.Н. Герчикова «Менеджмент» М.1997г. стр 140-141. [↑](#footnote-ref-7)
8. «ЭКО» №5, 2004г. О.Ф. Удалов «Информационные проблемы управления производством» стр.122-127. [↑](#footnote-ref-8)
9. Е. Л. Драчев « Современный менеджмент» М.1999г. стр.163-165. [↑](#footnote-ref-9)
10. В.В. Годин, К.И. Корнеев «Управление информационными ресурсами» М. 2002г. Стр. 3-7. [↑](#footnote-ref-10)