Внутрішня система інформації

Зміст

Вступ

1. Значення під внутрішньофірмової системі інформації

1.1 Комунікації

1.1.1 Комунікації між організацією і її середовищем

1.1.2 Комунікації між рівнями та підрозділами

1.1.3 Формальні і неформальні комунікації

1.1.4 Комунікаційний процес

1.1.5 Міжособистісні комунікації

1.1.6 Комунікаційні мережі

1.2. Внутрішньо фірмова система інформації

1.2.1 Види інформації на підприємстві

1.2.2 Апаратне управління внутрішньої системи інформації

1.2.3 Інформаційні ресурси підприємства

1.2.4 Значення внутрішньо фірмової системи інформації

2. Аналіз внутрішньо фірмової системи інформації

2.1 Корпоративна інформаційна система ВАТ "ММК"

2.2 Транспорт для інформації на ВАТ "ММК"

2.3 Інтернет - інформаційний ресурс

2.4 Інформаційні системи компанії "Боїнг"

Висновок

Список використаної літератури

Вступ

Комунікації, обмін інформацією - це те, в чому кожен бере участь щодня, але лише не багато роблять це досить злагоджено. Майже неможливо переоцінити важливість комунікацій в управлінні. Чи не все, що роблять керівники, щоб полегшити організації досягнення її цілей, вимагає ефективного обміну інформацією. Якщо люди не можуть обмінюватися інформацією, ясно, що вони не зуміють працювати разом, формулювати цілі й досягати їх. Однак, комунікації - це складний процес, що складається з взаємозалежних кроків. Кожен з цих кроків дуже потрібний для того, щоб зробити наші думки зрозумілими іншій особі. Мета даної роботи - ознайомитися з природою і складностями комунікацій, з потенційними пастками на шляху до розуміння суті повідомлень, а також з тим, що можна зробити, щоб більш ефективно обмінюватися інформацією, як серед менеджерів, так і за межами їхнього кола. Як правильно використовувати інформацію і яке вона має значення для сучасних фірм і корпорацій. Завдання даної роботи - вивчення сутності та поняття інформації. Як вона впливає на організацію бізнесу і членів цієї організації. Тема даної роботи актуальна на сучасному етапі розвитку бізнесу, тому що дуже важко без інформаційних ресурсів і можливостей побудувати цей бізнес. З великого обсягу інформації необхідно вибирати більш потрібну і правильну, переосмислювати її зміст і робити необхідні висновки. Інформаційні ресурси, новітні технології - це невід'ємний атрибут сучасного фірми, яка рухається до досягнення своїх цілей, завдань, щоб отримати ефективний результат своєї роботи. Якщо компанія не володіє інформаційними можливостями, не розуміє важливості комунікативного процесу, то вона не в змозі витримати конкурентну боротьбу, розуміння і схвалення клієнтів, отримання очікуваного прибутку, процвітання та сталого становища на ринку.

1. Значення інформації під внутрішньо фірмової системі інформації

1.1 Комунікації

комунікація міжособистісний управління корпоративний інтернет

Будь-яке спілкування, в тому числі і ділове - це, перш за все комунікація, тобто обмін інформацією, значущою для учасників спілкування. Саме поняття "комунікація" (від лат. communicatio-повідомлення, зв'язок, шлях повідомлення, а це слово, у свою чергу, походить від communico-, пов'язую, спілкуюся).

Менеджер-керівник від 50 - 90% усього часу витрачає на комунікації. Це здається неймовірним, але стає зрозумілим, якщо врахувати, що керівник займається цим, щоб реалізувати свої ролі в міжособистісних відносинах, інформаційному процесі та процесі прийняття рішень, не кажучи про управлінські функції планування, організації, мотивації і контролю.

Основна частина комунікацій в організації доводиться на розмови, записки, повідомлення і т.д. Комунікації представляють собою все проникаючий і складний процес.

1.1.1 Комунікації між організацією і її середовищем

Будь-яка організація існує в деякій зовнішньому середовищі. Ця ж організація породжує своє внутрішнє середовище. Внутрішнє середовище формується сукупністю структурних підрозділів підприємства і працюючих там людей.

Організація користується різноманітними засобами для комунікації зі складовими свого зовнішнього оточення. З наявними і потенційними споживачами вони спілкуються за допомогою реклами й інших програм просування товарів і послуг на ринок. У сфері відносин з громадськістю першорядна увага приділяється створенню іміджу, певного образу організації на місцевому, загальнонаціональному чи міжнародному рівні.

Обговорення, зборів, телефонні переговори, службові записки, відеострічки, звіти і т. п., що циркулюють всередині організації, найчастіше є реакцією на можливості або проблеми, створювані зовнішнім оточенням.

1.1.2 Комунікації між рівнями та підрозділами

Інформація переміщається всередині організації з рівня на рівень у межах вертикальної комунікації. Вона може передаватися по низхідній, тобто з вищих рівнів на нижчу. Таким шляхом, підлеглим рівням управління повідомляється про поточні завдання, зміну пріоритетів, конкретних завданнях, які рекомендуються процедурах т. п.

Крім обміну по спадній, організація потребує комунікаціях по висхідній. У цьому випадку службовці готові повідомити своєму безпосередньому начальнику про виниклу проблему.

Передача інформації з нижчих рівнів на вищі може помітно впливати на продуктивність. Так само комунікації по висхідній виконують функцію оповіщення верха про те. Що робиться на нижчих рівнях. Таким шляхом керівництво довідається про поточні чи назріваючі проблеми і пропонує можливі варіанти виправлення покладених справ. Обмін інформацією по висхідній відбувається у формі звітів, пропозицій, і пояснювальних записок.

На додаток до обміну інформацією по низхідній або висхідній організація потребує горизонтальних комунікаціях. Організація складається з безлічі підрозділів, тому обмін інформацією між ними потрібний для координації завдань і дій.

Додаткові вигоди від комунікацій по горизонталі полягає у формуванні рівноправних відносин.

Основу процесу управління становить взаємодія між елементами управлінської структури - підрозділами, посадами, окремими особами, здійснюване за допомогою з'єднують їх комунікаційних каналів, що створюються в процесі особистих контактів, обміну документами, функціонування електронних засобів зв'язку і т. п. За змістом така взаємодія може бути інформаційними , адміністративним чи технічним.

Комунікаційні канали бувають трьох видів: односторонні (інформація рухається в одному напрямку), двосторонні (інформація зі зворотним зв'язком), багатосторонні (інформація рухається в багатьох напрямках зі зворотним зв'язком).

У рамках інформаційної взаємодії суб'єкти управлінської діяльності обмінюються відомостями, необхідними для прийняття рішень. Ці відомості бувають офіційними, закріпленими юридично, і неофіційними, що не володіють жодним правовим статусом, але допомагають орієнтуватися в ситуації.

У процесі адміністративної взаємодії вищестоящі ланки управлінської структури передають нижчестоящим управлінські повноваження і відповідальність, різні розпорядження, інструкції. рекомендації, отримують від них звіти, здійснюють процес контролю.

За характером, взаємодія в організації може бути прямим або непрямим. Пряме ґрунтується на контактах сторін. Непряме увазі, що одна зі сторін створює умови, за яких інша, незважаючи на відсутність яких би то не було команд, виконує вимагаються від нього дії.

1.1.3 Формальні і неформальні комунікації

Організації складаються з формальних і неформальних компонентів. Канал неформальних комунікацій можна назвати каналом розповсюдження чуток.

Приписувана чутками репутація неточної інформації зберігається до сьогоднішнього дня. Тим не менш, дослідження показують, що інформація, передана каналами неформального повідомлення, тобто чутки, частіше виявляється точною, а не перекрученою. 80-90% чуток точні щодо несуперечливої інформації про саму компанію.

1.1.4 Комунікаційний процес

Обмін інформацією широко охоплює різні частини організації і яким чином він співвідноситься з ефективністю. Обмін інформацією в організаціях не завжди ефективний, як слід було б. На ділі люди спілкуються між собою менш ефективно, ніж їм це здається.

Крім того, у багатьох випадках передане повідомлення виявляється неправильно зрозумілим і, отже, обмін інформацією - неефективним. Джон Майнер, видатний дослідник в галузі управління, вказує, що, як правило, лише 50% спроб обміну інформацією приводить до обопільної згоди що спілкуються. Найчастіше причина такої низької ефективності в забутті того факту, що комунікація-це обмін.

Виділяють 5 базових елемента в процесі обміну інформацією:

1.Отправітель - це особа, яка збирається або відбирає інформацію і передає її.

2.Сообщеніе - сутність інформації, що передається усно або закодовано, за допомогою символів.

3. Канал - засіб передачі інформації.

4. Одержувач - особа, якій призначена інформація і яка її сприймає.

5. Зворотній зв'язок - реакція одержувача на повідомлення відправника.

1.1.5 Міжособистісні комунікації

Хоча ефективний обмін письмовою інформацією має переважне значення в організації, нам видається, що вичерпний аналіз такого роду обміну виходить за рамки. Те ж саме відноситься і до використання комп'ютера, як засобу комунікації. Керівник від 50-90% свого часу витрачає на розмови, тому ми виділяємо тут прямий міжособистісний обмін інформацією. Розуміння процесу міжособистісного обміну інформацією і методів удосконалення вміння спілкуватися повинно, сприятиме зростанню ефективності управлінської діяльності. Проте на додаток до міжособистісних контактів керуючий повинен мати уявлення про перешкоди на шляху обміну інформацією в організації та методів вдосконалення такого обміну.

Коли інформація рухається всередині організації вгору і вниз. Сенс повідомлень кілька спотворюється. Таке спотворення може бути обумовлено низкою причин. Свідоме перекручування інформації може мати місце, коли який-небудь керуючий не згоден з повідомленням.

1.1.6 Комунікаційні мережі

В організаціях, де зайнято більше двох чоловік, комунікаційні канали об'єднуються в так звані мережі, що зв'язують елементи управлінської структури в єдине ціле. І настільки ж багаторівневі, як вона сама. Вони поєднують у собі формальні і неформальні комунікаційні канали, як дублюючі, так і доповнюють один одного.

На практиці можна виділити три види комунікаційних мереж: відкриті, замкнуті і комбіновані. Відкритих рух команди або інформації може бути зупинено, тому що воно потрапляє у глухий кут, тобто до елементу структури управління, що знаходиться в кінці каналу. Вона так само може наткнутися на "посередника" або "контролера" (проміжна ланка в мережі комунікації), який з якихось причин цього руху перешкоджає (зупиняє, спотворює, направляє в інший бік) і якого не можна минути. У замкнутих мережах тупики та контролери або відсутні, або можуть бути обійдені. Комбіновані мережі поєднують в собі обидва принципи побудови і властиві більше великим багаторівневим організаціям.

1.2 Внутрішньо фірмова система інформації

Основна мета комунікаційного процесу - забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень.

Обмін інформацією починається з формулювання ідеї або добору інформації. Відправник вирішує, яку значиму ідею чи повідомлення слід зробити предметом обміну. На жаль, багато спроб обміну інформацією обриваються на першому етапі, оскільки відправник не витрачає достатнього часу на обмірковування ідеї.

Інформація - відомості про навколишній світ (об'єкти, явища, події і т. д.), які зменшують наявну ступінь невизначеності, неповноти знань, які можна відтворювати шляхом передачі людьми усним, письмовим або іншим способом.

1.2.1 Види інформації на підприємстві

Керуюча система отримує від керованої системи інформацію про стан заданих нею техніко-економічних параметрів в процесі виробничої і фінансово-господарської діяльності. На основі отриманої інформації керуюча система виробляє команди управління і передає їх на керовану систему для виконання. Інформація, яка функціонує на підприємство в процесі управління, може бути класифікована наступним чином:

• За формою відображення (візуальна, аудіовізуальна, змішана)

• За формою подання (цифрова, літерна, кодованих)

• За роллю в процесі управління (аналітична, прогнозна, звітна, наукова, нормативна)

• За якістю (достовірна, помилкова і т. д.)

• По можливості використання (необхідна, достатня, надлишкова)

• За ступенем оновлення(постійна, змінна)

• За ступенем діяльності підприємства (економічна, управлінська, соціальна, технологічна)

• По джерелу виникнення (внутрішньо організаційна, зовнішня)

• За ступенем перетворення (первинна, похідна, узагальнена)

• По виду носія

• За часом надходження (періодична, постійна, випадкова) і т.д.

Велика увага повинна приділятися з боку менеджера питань збереження інформації та запобігання її витоку, а також побудові на підприємстві інформаційних систем.

Інформаційні системи можуть бути простими. У цьому випадку відбувається доставка інформації від місця її виникнення до місця споживання. Більш поширені складні системи інформації, відповідні складності виробництва та організаційній структурі управління, які охоплюють і лінійне управління, і функціональні служби підприємства.

Інформаційні системи розрізняються:

• По обробці інформації (централізовані і децентралізовані)

• За ступенем охоплення інформації (комплексні, локальні)

Комплексні інформаційні системи охоплюють весь комплекс служб підприємства, а локальні призначені для певних функцій управління.

Останнім часом при побудові інформаційних систем стали виділяти бек - офісну і фронт - офісну інформацію. Бек - офісна - така інформація, доступ до якої мають тільки співробітники підприємства (всі або з певних підрозділів). Фронт - офісна - така інформація, доступ до якої мають всі бажаючі, наприклад клієнти підприємства.

Важливе значення має інформація про виникнення в ході виробництва відхилень від планових показників, що вимагають прийняття оперативних рішень.

Інформація є одним з найважливіших факторів, що визначають якість і ефективність прийнятих керівниками рішень.

Достатній обсяг інформації надходить в середньому лише до 47,6% керівників. "Інформаційний голод" більшою мірою відчувають вищі ієрархічні ланки управління, де приймаються стратегічні рішення.

14,2% керівників вважають інформацію, що надходить полнлстью відповідної пропонованим до неї вимогам, при цьому найменше задоволені якістю інформації заступники директорів: всього 505 вважають отримувану інформацію достатньою, стільки ж вказують на те, що вона слабо оброблена і часто невчасною. Це-одна з найнижчих оцінок серед керівників усіх рівнів. Крім того, на цей рівень управління йде багато непотрібної, а іноді і необ'єктивної інформації.

Правильність і ефективність прийнятих рішень залежать не тільки від обсягів і якості інформаційного забезпечення та кваліфікації керівників, але і від того, чи вистачає їм часу на якісний аналіз інформації, що надійшла

Інформаційну перевантаження відчувають (суб'єктивно) лише 9.5% керівників. Інформаційні перевантаження у керівників вищих ланок, зокрема у начальників управлінь та заступників директорів, у яких вона в 1,5-2 рази вище середніх показників

Недостатня інформаційна забезпеченість процесу прийняття стратегічних рішень призводить до того, що керівники менше, ніж мали б, беруть участь в цьому процесі.

Істотну роль у прийнятті рішень відіграє науково-технічна інформація, що містить нові наукові знання, відомості про винаходи, технічні новинки своєї фірми і фірм-конкурентів. Це безперервно поповнюється загальний фонд і потенціал знань і технічних рішень, практичне і своєчасне використання якого забезпечує фірмі високий рівень конкурентоспроможності.

Інформація є основою для підготовки відповідних доповідей, звітів, пропозицій для вироблення і прийняття управлінських рішень.

Зміст кожної конкретної інформації визначається потребами управлінських ланок і вироблюваних управлінських рішень. До інформації пред'являються певні вимоги:

• Стислість, чіткість формулювань, своєчасність надходження;

• Задоволення потреб конкретних керуючих;

• Точність і достовірність, правильний відбір первинних відомостей, оптимальність систематизації та безперервність збору і обробки інформації.

Для сучасних умов характерне застосування високоефективної внутрішньо фірмової системі інформації, заснованої на використанні новітніх технічних засобів.

Управлінська внутрішньо фірмова інформаційна система являє собою сукупність інформаційних процесів для задоволення потреби в інформації різних рівнів прийняття рішень.

Інформаційна система складається з компонентів обробки інформації, внутрішніх і зовнішніх каналів її передачі (зв'язків), власне інформації.

Управлінські інформаційні системи послідовно реалізують принципи єдності виробничого процесу, інформації та організації шляхом застосування технічних засобів збору.

Важливу роль у використанні інформації відіграють способи її реєстрації, обробки, накопичення і передачі; систематизоване зберігання і видача інформації у необхідній фірмі; виробництво нової числової, графічної та іншої інформації.

1.2.2 Апарат управління внутрішньо фірмової системи інформації

Апарат управління внутрішньо фірмової системою інформації включає:

• Обчислювальний центр для обслуговування фірми в цілому;

• Центральну службу інформації;

• Інформаційну систему у виробничих відділеннях, що включає відділи: обробки та аналізу інформації; Обробки вхідної та вихідної документації; зберігання і видачі інформаційних матеріалів; обчислювальної техніки.

1.2.3 Інформаційні ресурси підприємства

Будь-яка організація має інформаційну систему та інформаційні ресурси, навіть якщо ця організація складається з одного підприємця, і він не здогадується про їх існування, а просто іноді робить записи про свій бізнес в блокноті.

В управлінні інформаційними ресурсами підприємства існують як деякі концептуальні положення, так і конкретні питання окремих інформаційних технологій.

Інформаційними ресурсами потрібно управляти. Потрібно вивчати інформаційні потреби, планувати і керувати інформаційними ресурсами. Ключове питання для будь-якої організації: Чи добре ми управляємо інформаційними ресурсами?

Інформація дозволяє приймати обґрунтовані та ефективні рішення. Вона дозволяє управляти. Але й інформацією потрібно управляти. Керувати процесом її отримання та використання. Якщо в організації задумаються про те, де і як вони отримують інформацію про своє виробництво, ціни, конкурентів, то це буде першим кроком в отриманні конкурентної переваги.

В даний час ми вступаємо в інформаційне суспільство, тому й менеджери, і виконавці повинні розуміти основні концепції та способи застосування інформаційних технологій і бути здатними приймати важливі рішення щодо їх використання.

Менеджери повинні вміти керувати інформацією та покращувати свою справу з допомогою правильного її використання для підвищення ефективності роботи, виробництва, якості послуг та якості управління.

Керуюча частина надає на керований процес певний вплив. Щоб керуюча частина могла здійснювати управління, їй потрібно зіставляти фактичний стан керованого процесу з метою управління, у зв'язку, з чим, з чим керований процес впливає на керуючу частину. Вплив обох частин один на одного здійснюється у вигляді передачі інформації. Таким чином, в системі управління завжди присутній замкнутий інформаційний контур.

У рамках інформаційного контуру є і передається інформація про цілі управління, про стан керованого процесу, про керуючих впливах.

В даний час, для нормального функціонування організації істотну роль грають інформаційні ресурси. Інформаційні ресурси для будь-якої організації \_ це весь наявний обсяг інформації в інформаційній системі.

Наявність інформації зумовлює розвиток країн, галузей, організацій. Інформація-це стратегічний ресурс, а інформаційні ресурси є одними з найважливіших.

1.2.4 Значення інформації під внутрішньо фірмової системі інформації

Весь сучасний бізнес сьогодні побудований на управлінні інформаційними потоками. Якщо у вас є інформація і можливості вигідно піднести її громадськості - Ви виграєте. В іншому разі її скористаються ваші конкуренти.

Яка інформація представляє найвищу цінність для вашого бізнесу? Чи є вона у вас? Чи готові ви поширити її? Які канали ви хочете використовувати для цього?

Для сучасних умов характерне застосування високоефективної внутрішньо фірмової системи інформації, заснованої на використанні новітніх технічних засобів.

Внутрішньо фірмова система інформації виконує такі функції:

1. Визначення потреби кожного конкретного керівника в характері й змісті необхідної йому інформації для цілей оперативного управління.

2. Визначення потреб в технічних засобах фірми.

3. Централізоване планування всіх витрат на придбання, оренду технічних засобів для забезпечення безперебійного функціонування системи інформації.

4. Визначення рівня витрат на використання технічних засобів у системі інформації.

5. Забезпечення належного рівня збору, зберігання і надання інформації.

6. Розробка програмних засобів, прикладних програм.

Управління підприємством не може ефективно проводиться без достатньої оперативної, надійної, сучасної інформації. Інформація є основою управлінського процесу, і від того, наскільки вона досконала, багато в чому залежить якість управління підприємством. Інформаційна діяльність менеджера вимагає від нього чіткої організації процесу збору, аналізу й обробки інформації, причому він повинен уміти визначати важливість або другорядність, що надходить. Менеджер також повинен вміти організовувати комунікації та обмін інформацією в рамках підприємства і фірми.

Інформація також важлива для фірми тим, що вона обслуговує функції управління, пов'язує підрозділи організації та забезпечує контакти з зовнішнім середовищем, забезпечує рух заданої мети, дозволяє вибрати певну лінію поведінки організації.

2. Аналіз значення інформації під внутрішньо фірмової системі інформації

Значення інформації на сьогоднішній день для компаній дуже велике. Якщо в компанії є інформаційні можливості, значить у неї є всі шанси утримати позиції в конкурентній боротьбі, Завоювати визнання клієнтів і самоствердитися на ринку.

ММК - одна з провідних металургійних компаній Росії. На сьогоднішній день менеджери ММК реально усвідомлюють, що для нормального розвитку їм необхідні нові інформаційні ресурси і можливості. Тому вони не стоять на місці в цьому питанні і рухаються вперед.

2.1 Корпоративна система ММК

На ММК впроваджується нова корпоративна інформаційна система (КІС). Останнім часом про цю систему багато розмов і думок. Причому досить суперечливих: від захоплених до песимістичних. У корейській фірмі Posko на неї витратили 200 мільйонів доларів, оскільки вважають систему неодмінним атрибутом великої корпорації. А коли отримали результат, самі здивувалися-він у чотири рази перевищує витрати на систему. До останнього часу робота економічних, фінансових, виробничих служб базувалася на аналізі фактів виробництва, а найчастіше-постфактум. Далі знаються тільки причини події. А от як можна зробити, щоб не сталося? Це питання не стояло через відсутність інформації в повному обсязі. Система дозволяє зробити більш глибокий аналіз реально подій, що відбуваються. Це з одного боку. З іншого - люди, що володіють великим обсягом інтуїції та знань, - ті ж самі постачальники, лише висловлюють припущення, що і скільки потрібно для виробництва, куди і кому реалізовувати продукцію. І на основі припущень вони можуть будувати свою стратегію. Але вони не мають обсягом даних нормального комп'ютера, який може без втоми накопичувати знання і оперативно аналізувати їх. Відображення в старій системі АСУ "Замовлення" було по 13 ознакам кожного замовлення, а тепер по 22. Можливості зовсім інші. Системи світового маркетингу вже напрацьовані, а значить, відкривається можливість діяти за дуже багатьма напрямками, яке закладено в стандартній функціональності, для дотримання якої потрібно створити певну кількість відображень. Вони створювалися і раніше, але на паперових носіях, які мають властивість забуватися, підправляти. У КІС нічого неможливо підправити. Щоб внести зміни постфактум, потрібно пройти дуже складну офіційну процедуру змін, пояснивши, чому це сталося.

Щодня робота в системі у людини віднімає не більше двох годин. Причому він працює з тими ж цифрами, що й колись, оскільки багато напрямків носять суто локальний характер і формуються всередині тільки однієї служби. КІС дисциплінує людей, які повинні щодня залишати в ній слід про свою роботу, відображаючи реальні процеси, що відбуваються в компанії. Підприємство має кожен день знати ситуацію з формуванням собівартості, отриманням грошей, формуванням виробничого процесу як такого. Тому повинні постійно супроводжувати процес, день у день будувати криву благополуччя або неблагополуччя загальної обстановки на комбінаті. Це можливо при аналізі приміщення результатів підприємства по великій кількості напрямків. На основі отриманої інформації в системі отримують не тільки внутрішню інформацію про стан підприємства, але, наприклад, унікальну можливість вести діалог з федеральними органами влади. З'являється ще і можливість розмовляти однією мовою з усім світом. Немає жодного підприємства, на якому б сказали, що правила КІС занадто складні для виконання. Вона настільки проста, що з нею співпрацювати не складно, потрібно тільки знати правила гри і бути досить акуратним людиною. На 2000 користувачів створено близько 400 інструкцій. Для поліпшення роботи планується в ряді випадків ставити апарати, щоб зовсім не залежати від людського фактора: машина все сама розпізнає і переділить.

Скорочується час роботи з документами, відповідно збільшуються обороти в компанії, причому в неявному вигляді, але потім фіксується збільшення продуктивності праці, скорочуються запаси непотрібних матеріалів, скорочуються і ставляться перешкоди до замовлення непотрібних не потрібних деталей для проведення ремонтів.

КІС-це єдина машина-сервер, яка займається переробкою інформації. За обсягом це гардероб для однієї сім'ї. По суті - маленька машинка вартістю майже в мільйон доларів. А насправді дуже складне технологічне пристрій, який зберігає в собі такий обсяг інформації, який не можуть зберегти навіть сумарно 34000 трудящих.

2.2 Транспорт для інформації на ММК

Протяжність волоконно-оптичної магістралі на ММК сьогодні досягає 150 кілометрів. Вона стала сполучною елементом для багатьох об'єктів, розташованих на великій території підприємства. За її транспортним гілках проходять колосальні інформаційні потоки. Не випадково магістральну інфраструктуру розглядають як основну частину корпоративної інформаційної системи ММК.

Зараз інформаційної "павутиною" обплутані не тільки виробничо-управлінські структури, а й заміські соціальні об'єкти комбінату. Реалізація фахівцями ВАТ "ММК" і компанією "ЮжУралТрансТелеКом" крупного проекту 2 роки тому дозволила "благоустроїти" інформаційну інфраструктуру ОСК "Абзаково" та гірськолижного центру. Як наслідок, там з'явилися не лише надійна телефонний зв'язок, але й додаткові послуги: банкомати, доступ до Інтернету, вихід в корпоративну інформаційну систему комбінату. Сьогодні велика магістральний оптичне кільце ММК об'єднує майже 7000 активних пристроїв: комп'ютери, інше обладнання для передачі даних. Всі входить в цей кільце об'єкти забезпечені якісним інформаційним транспортом. Іншими словами на ММК створена відмово стійка, високошвидкісна масштабована система. На сьогоднішній день це кістяк, якої формує весь інформаційний обмін-від телефонії до передачі даних. За словами фахівців, "оптика", що дозволяє транспортувати величезні інформаційні потоки, не схильна до впливу електромагнітних випромінювань. Зв'язок-без перешкод. Що може бути важливіше в умовах промислового гіганта?

Підключення в корпоративну мережу віддалених один від одного цехів-користувачів стало можливим завдяки працює в цеху зв'язку АТС "Дефініті".

Зв`язок на ММК позиціонується вже як інформаційний сервіс, який є складовою частиною корпоративної інформаційної системи-він відповідає найвищим вимогам як за якістю, так і за кількістю послуг.

Насправді: ще нещодавно той же телефон розглядали лише як засіб вербальної комунікації. Зараз телефонна лінія служить вже не тільки для переговорів, але і для передачі даних через комп'ютерну мережу. Потреба віддалених користувачів у високошвидкісному підключенні - це якраз один з тих інформаційних сервісів, який необхідний у рамках впровадження КІС. Серед зрослої кількості функцій АТС- голосова пошта, пере адресація повідомлень, утримання ліній. В даний час розробляється новий вид обслуговування - система конференц - зв'язку.

Після закінчення другого етапу модернізації "Дефініті", до 2005 року, фахівці дирекції інформаційних технологій планують впровадити ще ряд корисних сервісних нововведень. Щоб менеджери ММК могли оперативно отримувати інформацію, буде створена система, суть якої полягає в "прив'язці" телефону до інформаційної бази даних підприємства. Крім того, що телефонний апарат автоматично визначить номер абонента, через АТС з бази даних додатково надійдуть всі необхідні йому відомості про абонента стороні: стан кредиторсько-дебіторської заборгованості, останні платежі, обсяги поставок і т.д. Знявши слухавку, менеджер відразу побачить все це на екрані свого комп'ютера і буде повністю підготовлений до спілкування.

У січні 2004 року в інформаційну мережу ММК підключена станція Рудна, що прискорило управління входом вагонів із сировиною, їх прийманням і випуском. У підсумку на кожному вагоні економиться годину часу, а це дозволяє ММК знизити плату за їх оренду в "Російських залізниць". Віддача від використання магістралей оптичних волоконних ліній, які з'єднали об'єкти комбінату, від впровадження КІС, що підвищує керованість підприємством, щорічно буде обчислюватися мільйонами доларів. Оптичні технології забезпечують оперативність при використанні інформації, що надходить з усіх напрямків-завезення сировини, запасів матеріалів, відвантаження готової продукції, потокам грошових коштів.

2.3 Інтернет - інформаційний ресурс

На базі ММК пройшов зліт молодіжних лідерів промислових підприємств Росії та ближнього зарубіжжя. Для посланців робочий молоді візит до Магнітку був цікавий, перш за все, можливістю вивчити передовий досвід найбільшого в Росії металургійного комбінату. ММК-одне з перших підприємств, на якому замість колишнього комсомолу була створена нова молодіжна структура-спілка молодих металургів, який відзначив зовсім недавно своє одинадцятиріччя. У програму зльоту були включені актуальні для його учасників моменти. Один з таких моментів, ідея розширити форми спілкування, створивши єдиний міжнародний сайт молодіжних промислових організацій. Ініціативна група союзу молодих металургів вже зробила "начерки" з інформаційно-аналітичної частини нового сайту. За задумом СММ, на сайті повинні бути представлені візитки кожної молодіжної організації промпідприємств-статут і плани роботи, свіжі новини про минулі конференціях, конкурсах, спортивних змаганнях, імена переможців і фотогалерея подій. Для неформального спілкування запропоновано відкрити чат, а на форумі-обговорювати актуальні теми. Єдиний сайт дозволити зверстати зведений план роботи, анонсувати молодіжні заходи, що проходять на підприємствах Росії та ближнього зарубіжжя.

2.4 Інформаційні системи компанії "Боїнг"

Компанія Boeing-один з головних виробників літаків і космічних систем в США, зі штаб-квартирами в Сіетлі, Вашингтоні.

Незважаючи на те, що Боїнг в даний час є лідером у виробництві літаків, необхідно внести деякі зміни, щоб утримати ці позиції.

В кінці 1960-х років справи у Боїнг йшли добре, але в компанії була серйозна нестача запчастин, яка заважала виробництва (близько 2500 - 5000 в місяць)

З 1966 до середини 1980-х років в Боїнг було встановлено 15 великих інформаційних систем, не рахуючи дюжини маленьких. Інформаційні системи допомогли Боїнгу вирішити проблему з нестачею запчастин. Боїнг створював острова автоматизації. У інформаційних систем були проблеми зі зворотним зв'язком і передачею даних один одному.

Зміна ситуації на ринках космічної та військової промисловості-необхідна нова стратегія, в тому числі і в області інформаційних систем. У Боїнг впевнені, що його конкурентоспроможність на комерційному ринку авіабудування залежить від використання інформації з трьох напрямів:

1. Для збільшення ринкової чутливості Боїнг. Інформаційні системи допомогли компанії:

• Конструювати за ціною, тобто створювати літаки, враховуючи витрати;

• Створювати гнучкі графіки перевезень, що дозволить перевозити товари швидше за конкурентів;

• Зробити вже існуючу техніку зручнішою без внесення великих змін.

2. Отримання конкретного переваги:

• Шляхом більш ефективної після продажній підтримки;

• за рахунок створення за допомогою інформаційних технологій документації до літаків, заснованої на оригінальних даних виробництва;

• шляхом використання методів штучного інтелекту для діагностики літаків.

3. Для допомоги компанії при реалізації виробництва і галузі дизайну.

Метою Боїнг в середині 1980-х років було створення збільшеного потоку інформації. Так як створення і обслуговування літаків-це дійсно інформаційний процес.

Різні острова автоматизації складалися в єдину нерозривний інформаційну структуру. Існуючі острівці автоматизації були засновані на діючій організаційній структурі. Якщо інформація повинна була використовуватися краще. Вона повинна була перетнути межі елементів організації. Один із способів-створити групи людей з відділів виробництва, проектування та ін. Замість того щоб автоматизувати традиційні способи ведення справ, була здійснена раціоналізація процесів проектування і виробництва до їх автоматизації. Боїнг став використовувати комп'ютери, де це тільки можливо.

На початку 1990-х років Боїнг переосмислив свою позицію і зробив широкомасштабне вивчення всіх процесів для вироблення нової концепції - як для ділових процесів компанії, так і для інформаційних систем у 2010 році.

Щоб визначити концепцію бізнесу. Боїнг досліджував такі фундаментальні питання:

• Які ділові процеси ми повинні використовувати?

• Яка нам для цього потрібна інформація?

• Як пов'язані процеси та інформація?

• Як керувати даними?

• Які апаратні, програмні та мережеві кошти потрібні?

Завдяки цьому безсумнівним лідером є саме ця компанія.

На прикладі цих двох компаній, чітко видно, що інформація важлива. Так само важливі інформаційні ресурси, які використовують компанії для поліпшення інформаційної системи. Від цього безпосередньо залежить діяльність організації, її успіхи і невдачі.

Висновок

У даній роботі була розглянута проблема значення інформації під внутрішньо фірмової системі інформації. Інформація безумовно важлива для будь-якої організації, але щоб ця інформація була більш ефективною, допомагала в досягненні цілей організації необхідно, щоб вона відповідала таким вимогам:

• Мати достатню потужність входу, переробки і виходу інформації, щоб забезпечити нею всі управлінські рівні.

• Бути оперативної, здатної до швидкої перебудови, зумовленої змінами умов виробництва.

• Форма даних повинна бути гранично ясна персоналу того управлінського рівня, якій ця інформація призначена.

• Обсяг і зміст інформації, що надходить повинні бути необхідними і достатніми для прийняття рішень.

• Постачальна інформація повинна строго відповідати певному управлінському рівню.

• Гарантувати в межах встановленого часу достовірність інформації

• Періодичність постачання інформації повинна бути однаковою для всіх інформаційно взаємопов'язаних управлінських рівнів.

• Інформаційні системи повинні мати властивість перспективної адаптивності - орієнтовані на можливі зміни кількісних і якісних показників, що поставляється ними інформації.

Створення та впровадження інформаційних систем, що відповідають вищенаведеним вимогам, дозволить знизити перевантаження керівників усіх рівнів, зробить управлінський процес більш чітким і якісним; підніме роль управлінського чинника в інтенсифікації виробництва.

Для поліпшення комунікативних систем в сучасній фірмі необхідно:

1. Не спотворювати зміст повідомлень: як свідомо, так і ненавмисно.

2. Фільтрувати всю отриману інформацію. Це робиться для того, щоб прискорити рух поступаємої інформації.

3. Підсумовування інформації.

4. Усунути розбіжність статусів рівнів організації. Покращувати взаємодія між ними.

5. Не боятися покарання.

У свою чергу для поліпшення комунікації, менеджер повинен:

1. Регулювання інформації в усіх рівнях організації.

2. Здійснювати системи зворотного зв'язку

• Постійний опитування працівників;

• Система збору інформації;

3. Використовувати електронну пошту, Інтернет, ЗМІ.

З даної роботи чітко видно, як важливо мати інформаційними ресурсами, як правильно розподілити інформаційні потоки, які надходять у компанію, як організувати комунікаційні процеси в організації як із зовнішньої, так і з внутрішньої сторони цієї організації. Зрозуміти сутність і важливість надходить інформації та комунікації на сьогоднішній день для сучасного бізнесу.

Список використаної літератури

1. В.В. Годін, К.І. Корнєєв "Управління інформаційними ресурсами" М. 2002р. стор.3-20.

2. В.Ф. Веснін "Основи менеджменту" М. 1997р. стр.103-108.

3. Є.Л. Драчов "Сучасний менеджмент" М.1999г. стор.162-169.

4. І.М. Герчикова "Менеджмент" М. 1997р. стор.132-142.

5. Є.Є. Вершигора "Менеджмент" М. 1998р. стор.167-182.

6. Мескон, Хедоурі "Основи менеджменту" М.1991г. стр.166-193.

7. "Еко" № 5, 2004р. "Інформаційні проблеми управління виробництвом" О.Ф Удалов стр.122-127.

8. "Магнітогорський метал" № 29,109, 111, 112 за 2004р. стор.4