

Информационные системы коммуникаций

Роль информации

Любая организация не может существовать сама по себе: ее появление и функционирование направлены на удовлетворение общественных потребностей. Деятельность организации обеспечивается определенным количеством сложных взаимосвязей, которые поддерживаются информацией.

Руководство каждой компании должно четко определить тот объем информации о своей деятельности, который компания готова представить внешнему миру. К сожалению, в некоторых корпорациях не всегда уделяется должное внимание созданию собственного информационного поля. Это связано с непониманием того, что именно эффективное функционирование информационных потоков внутри и вне организации может обеспечить успешную деятельность всех систем организации.

Ценность информации

Ценность информации определяется той практической пользой, которую она может принести конкретной компании. Информация приносит материальную ценность, если она достоверна, своевременна, релевантна и регулярна.



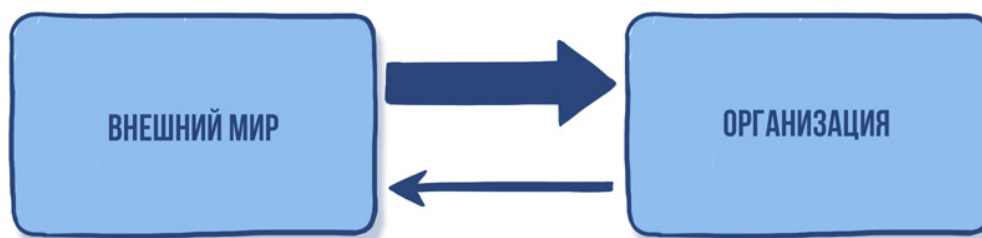
Важным показателем жизнестойкости корпорации является уровень **коммуникационной подвижности**, который демонстрирует, с какой быстротой фирма реагирует на вызовы извне и адаптирует к ним свою деятельность.

Хорошо отлаженная система внутренней и внешней коммуникации позволяет поддерживать компанию в гармонии с окружающим миром, делает ее управляемой и конкурентоспособной.

Потоки информации

Информационный поток – группа сообщений, предназначенная для реализации управляющих воздействий.

Внешний мир и организация связаны потоками информации. Представленный ниже рисунок демонстрирует неравноценность объемов информации, которую организация получает извне, и информации, которую компания предоставляет о себе внешнему миру.



Эффективно управлять информацией в организации позволяют современные системы электронной коммуникации, такие как:

1. Системы телекоммуникаций, которые дают возможность проводить заочные совещания и оперативно передавать информацию между любыми сотрудниками организации.
2. Технологии электронной почты и телеконференций.
3. Виртуальные машины, позволяющие более эффективно использовать ресурсы компании и повысить безопасность хранения информации.
4. Программные клиенты со статусом присутствия сотрудников и возможностью обмена быстрыми сообщениями.
5. Системы обслуживания решений, позволяющие менеджеру использовать аналитические модели для принятия верного решения.

6. Системы электронного документооборота, позволяющие оптимизировать работу с документами в организации.

ИНТЕРЕСНО

По оценкам исследователей, руководитель организации тратит до 45 % времени на работу с документами. Системы электронного документооборота позволяют уменьшить это значение.

Для адаптации внутренней системы жизнеобеспечения организации к внешней коммуникационной среде необходим **единый координационный центр**, который постоянно занимается развитием связей с внешней средой и определяет корпоративную стратегию путем отбора, сопоставления и анализа информации.

Любую организацию вынуждают к изменениям внешние обстоятельства.

Для того чтобы оценить возможности адаптации организации к изменяющимся внешним условиям, используется SWOT-анализ.



Метод SWOT-анализа заключается в идентификации сильных и слабых сторон организации, благоприятных возможностей и внешних угроз с целью поиска способов усовершенствования. Сильные и слабые стороны относятся к внутреннему окружению, а благоприятные возможности и угрозы – к внешнему окружению организации.

Основные этапы SWOT-анализа



Выполнение SWOT-анализа дает возможность получить ясное представление о том, как организация вписывается в свое окружение.

ВАЖНО

SWOT-анализ предполагает работу с фактами, поэтому следует избегать оценочных суждений при его проведении. Субъективизм аналитика становится одной из основных предпосылок ошибочного анализа.

ПРАКТИКУМ

Шаг 1

Проведите SWOT-анализ вашей организации. Исходным пунктом могут послужить пять наиболее важных внешних вызовов, идентифицировать которые помогут ответы на приведенные ниже вопросы:

- Какими сильными сторонами обладает ваша организация?
- Какие слабые стороны вы могли бы указать?
- Какие благоприятные возможности могут создать ожидаемые внешние изменения?
- С какими угрозами во внешнем окружении вы можете столкнуться в будущем?

Шаг 2

Обдумайте, как сильные и слабые стороны связаны с окружением, в котором функционирует ваша организация?

Благоприятные возможности могут быть связаны с расширением ассортимента или усовершенствованием услуг для привлечения новых потребителей, привлечением партнеров для предоставления потребителям полного пакета услуг или применением более эффективных способов использования ресурсов.

Ваш перечень угроз должен включать в себя характеристики внешнего окружения, которые могут создать трудности для вашей организации или вашего отдела. Это могут быть новые законы, которые потребуют изменения вашей деятельности, сокращение спроса на ваши услуги, новые риски и любые внешние причины ущерба, который может быть нанесен вашей организации.

Осуществив такой практикум, вы, возможно, осознали, какой большой объем информации был вами при этом задействован, причем источники этой информации находились как внутри, так и вне вашей организации.

Вспомните, каким образом вы получали нужную информацию, кто вам ее предоставлял, с кем вы при этом общались, кто и как вам помогал?

Вспомните, как быстро вы находили нужный источник информации, каким образом происходило общение с нужными вам людьми?

Информационная стратегия корпораций

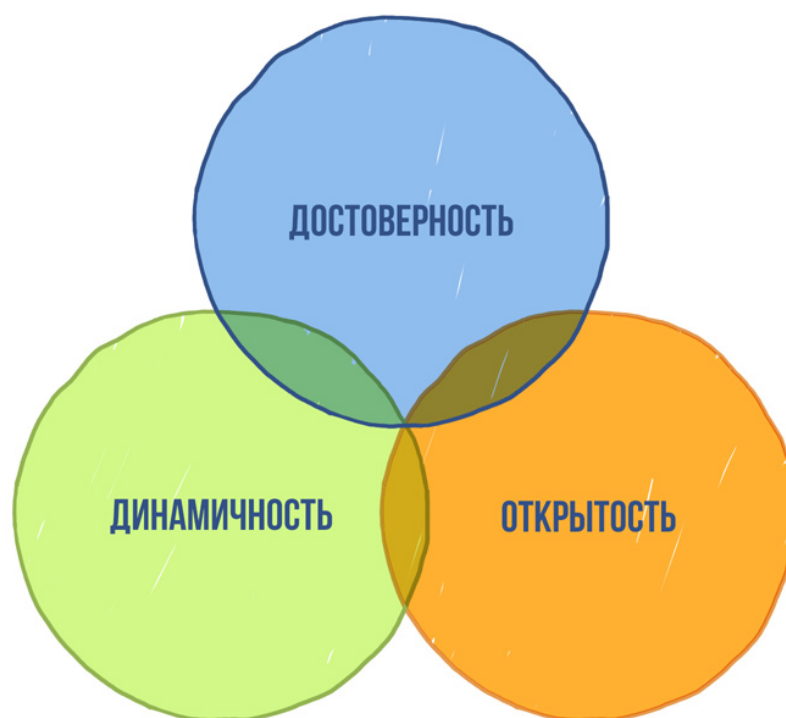
Эффективное управление информационными потоками – это стратегическое направление деятельности любой компании, благодаря которому она добивается своих маркетинговых целей и увеличивает собственную стоимость.

Внешние коммуникации помогают компании информировать потребителей, торговую сеть и широкую деловую общественность о своих социальных и маркетинговых программах.

Внутренние коммуникации помогают распространить информацию о стратегических задачах, программах и проектах среди сотрудников, от

которых зависит воплощение стратегии компании. Внутренние коммуникации необходимо планировать, контролировать, ими нужно управлять, а также оценивать их эффективность.

Политика компании в отношении коммуникации должна отвечать трем принципам: **достоверности, динамичности и открытости.**



1. Информация о компании должна быть **достоверной**. Каждый, кто выступает от имени компании, должен предоставлять только достоверную информацию, которая может быть подтверждена.
2. **Динамичность**. Коммуникации способствуют развитию компании, заставляют соответствовать требованиям времени и определяют темпы деловой и экономической активности, способствующие позитивным изменениям и развитию организации.
3. **Открытость**. Компания, которая осуществляет политику открытости, демонстрирует свою ответственность и общественную значимость. Однако руководству компании следует помнить и о безопасности корпоративной информации, поскольку не все сведения подлежат разглашению.

Особенно велика роль информации в отношении крупных корпораций, так как их имидж тесно связан с государственными, национальными, социальными интересами. Поэтому общественное мнение не признает за ними право самостоятельного решения проблем, рассматривая эти компании как часть общества и государства. Сами корпорации, декларирующие приоритет государственных и социальных интересов, в кризисных ситуациях чувствуют себя более уверенно именно благодаря включенности в систему государственных связей.