

Осадчук Ярослава
студентка 1 курсу спеціальності
072 Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник: **Мушеник І.М.**
к.е.н., доцент кафедри математичних дисциплін,
інформатики і моделювання
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЙОГО ТРАКТУВАННЯ У ВУЗЬКОМУ І ШИРОКОМУ ЗНАЧЕННІ

У глобальному інформаційному суспільстві, як і на рівні окремих країн, у даний час, більшою чи меншою мірою виявляється розроблення інноваційних технологій і виробництво на їх основі матеріальних благ, необхідних споживачеві. Розвиток сучасного суспільства підпорядковано закономірному розширенню інформаційного простору за рахунок інтелектуальної праці. Інформаційний простір, що зараз інтенсивно формується, є основою соціально-економічного, політичного, культурного розвитку кожної окремої держави і чинником її безпеки.

Для розкриття складових формування інформаційного простору оперують поняттями «інформаційне середовище» та «інформаційна сфера».

Інформаційне середовище — це сукупність інформаційних умов існування суб'єкта (наявність інформаційних ресурсів та їх якість, розвиненість інформаційної інфраструктури). Інформаційне середовище надає необхідні умови для розвитку суб'єкта інформаційного простору, проте, ступінь цього сприяння визначається внутрішніми характеристиками суб'єкта (інформаційний потенціал, що характеризується інформованістю, когнітивністю, рівнем інформаційних потреб).

Зміст поняття «інформаційна сфера» трактується як:

- 1) Сфера економіки, що займається виробництвом, обробкою, зберіганням і розповсюдженням інформації та знань.

- 2) Сукупність інформації, інформаційної інфраструктури суб'єктів, що здійснюють збір, формування, розповсюдження та використання інформації, а також системи регулювання суспільних відносин, що виникають при цьому.

Зростання значення інформаційної сфери діяльності визначає необхідність її упорядковування на теоретичному і практичному рівнях. Саме проблему поєднання управління інформаційними ресурсами та керування виробництвом з використанням упорядкованих інформаційних ресурсів покликаний вирішити інформаційний менеджмент.

У сучасному суспільстві слово «менеджмент», яке має англійське походження (management — управління, керування, організація), відоме майже кожній освіченій людині. Менеджмент – це управління виробництвом, сукупність знань, принципів, засобів та форм в умовах ринкової економіки

В історії менеджменту виокремлюють три основні школи теорії управління:

- 1) Класична школа (представники — Ф. Тейлор та Л. Гілбретт, А. Файоль та М. Вебер);
- 2) Школа людських відносин (М.Фоллетт, Е. Мейо, О. Шелдон);
- 3) Школа науки управління (Ч. Барнард. та ін.).

Ці школи виникли у різні історичні періоди. Всі вони спочатку були орієнтовані тільки на виробничогосподарську сферу діяльності, їх відкриття використовувалися у поточній управлінській практиці. Але сьогодні принципи наукового управління застосовують далеко за межами виробництва. Отже, відбулася трансформація та інтеграція поняття «менеджмент».

У загальному розумінні. Менеджмент — це уміння досягати поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки людей.

У функціональному розумінні. Менеджмент — це особливий вид діяльності, спрямований на ефективне керівництво людьми в різноманітних

організаціях, а також певна сфера людського знання, що допомагає реалізовувати цю функцію.

У конкретному розумінні. Менеджмент — це управління в соціально-економічних системах: сукупність сучасних принципів, методів, засобів і форм управління виробництвом з метою поліпшення його ефективності та збільшення прибутку.

Інформаційний менеджмент охоплює всі аспекти та проблеми управління у сфері створення й використання інформаційних ресурсів. Він виник як частина теорії менеджменту, але згодом набув цілком самостійного значення та перетворився на перспективний науковий напрям сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства, що все більш набуває специфічних знакових прикмет. Необхідність його розвитку підтверджується практикою.

Концепція інформаційного менеджменту об'єднує наступні підходи:

- ❖ Економічний — такий, що розглядає питання залучення нової документованої інформації виходячи з міркувань корисності та мінімізації фінансових витрат.
- ❖ Аналітичний — заснований на аналізі потреб користувачів в інформації і комунікаціях.
- ❖ Організаційний — такий, що розглядає традиційні та новітні інформаційні технології під час їх впливу на організаційні аспекти.
- ❖ Системний — такий, що розглядає використання інформації на основі цілісного, системно орієнтованого, всеосяжного процесу її обробки в організації, приділяє особливу увагу оптимізації комунікаційних каналів, інформації, матеріальних засобів, а також витрат та методів роботи.

Деякий період інформаційний менеджмент сприймався як менеджмент створення систем, пов'язаних з розробкою, рекламою, торгівлею та експлуатацією комп'ютерних мереж, що забезпечують інформаційні потреби найбільш розвинених промислових підприємств, банків, комерційних організацій, навчальних закладів. Кожна велика фірма прагнула мати таку

систему («корпоративну інформаційну систему» або «інформаційну платформу»), що пов'язана з зовнішнім світом за допомогою засобів телекомунікаційного зв'язку.

Сучасний зміст поняття про інформаційний менеджмент свідчить про те, що на перший план у процесах інформаційного забезпечення будь-якої діяльності виходить відповідальність за управління взаємодією між процесами створення матеріальних та духовних продуктів і послуг та інформаційними технологіями, як новітніми, так і традиційними.

Згідно визначення, прийнятого ЮНЕСКО, інформаційна технологія — це комплекс взаємозв'язаних наукових, технологічних, інженерних дисциплін, які вивчають методи ефективної організації праці людей, що займаються обробкою і зберіганням інформації; методи організації взаємодії, як із людьми, так і з промисловим устаткуванням, їх практичні доповнення, а також пов'язані з цим соціальні, економічні і культурні проблеми.

Інформаційний менеджмент в організаціях, є невід'ємною частиною управління організацією, що здійснює підвищення ефективності процесів бізнесу у нових економічних умовах. Відповідно, його реалізацію на місцях повинні підтримувати і контролювати кваліфіковані фахівці.

Для розуміння суті інформаційного менеджменту варто взяти до уваги такі положення:

1. Інформація є комплексною категорією. Тобто вона, може бути:
 - умовою і засобом для ділового спілкування;
 - засобом передачі суспільству відомостей про організацію;
 - джерелом відомостей про зовнішнє середовище;
 - товаром.
2. Інформаційний менеджмент здійснюється у межах конкретної організації.
3. Інформація являє собою самостійний чинник виробництва, що міститься в основі процесу ухвалення управлінського рішення.

4. Інформаційний менеджмент оперує поняттям «інформація», відносно до інформаційної діяльності організації.

Інформація являє собою найважливіший організаційний ресурс. Вона входить до загального комплексу ресурсів організації, поряд із кадровими, фінансовими тощо.

З вищезначеного виходить, що інформаційний менеджмент — це управління діяльністю, пов'язаною зі створенням і використанням інформації на користь організації.

Список використаних джерел

1. В.Г. Спрінсян, Т.Л. Бірюкова Ресурси та технології інформаційного менеджменту. // Одеський Національний Політехнічний Університет. – 2012. – 11 – 18 с.
2. Мушеник І.М. Закордонний досвід формування регіональних інноваційних систем (на прикладі Австрії)(Foreign experience of regional innovation systems development (an Austrian example)/ І.М.Мушеник // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2017. – Випуск 5. – С 72-77.
3. Карпенко О. О. Аналітико-синтетична обробка документної інформації // О. О. Карпенко. — Харків, 2010. — 139 с.
4. Жежнич П. І. Технології інформаційного менеджменту: Навчальний посібник / П. І. Жежнич. — Львів: Львівська політехніка, 2010. — 260 с.
5. Ларина М. В. / Применение методологии информационного менеджмента в документационном обеспечении управления / М. В Ларина // Автоматизация делопроизводства и электронный документооборот в органах власти. — 2004. — С.12–18.
6. Маскон М. А Основы менеджмента / Ф. Хедоури. М. А Маскон . — М. : Дело, 1997. — 212 с.