

## **Зміст**

Вступ	3
Поняття інформаційного менеджменту	3
Задачі та цілі інформаційного менеджменту	5
Поняття інформаційних систем менеджменту	8
Автоматизація діяльності ІМ	10
Висновок	12
Література	13

## **Вступ**

У сучасних умовах світового соціально-економічного розвитку, особливо важливою областю стало інформаційне забезпечення процесу управління, яке полягає у зборі й переробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Перед керуючим органом постають завдання отримання інформації, її переробки, а також генерування й передачі нової похідної інформації у вигляді керуючих впливів. Такі впливи здійснюються в оперативному й стратегічному аспектах і ґрунтуються на раніше отриманих даних, від правдивості й повноти яких багато в чому залежить успішне рішення багатьох завдань управління.

Прийняття будь-якого рішення вимагає оперативної обробки значних масивів інформації; компетентність керівника вже залежить не стільки від досвіду, отриманого в минулому, скільки від володіння достатньою кількістю актуальної для даної ситуації інформації та вміння зробити корисні висновки. Розв'язанням цієї проблеми займається відповідний розділ менеджменту, а саме: інформаційний менеджмент. Розгляду саме цього розділу і присвячена дана робота.

## **Поняття інформаційного менеджменту.**

У наш час слово "менеджмент", що має англійське походження, відоме майже кожній освіченій людині. В загальному розумінні менеджмент – це вміння досягати поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки людей. Водночас менеджмент (відповідним терміном в українській мові є 'управління') означає функцію – особливий вид діяльності, спрямований на ефективне керівництво людьми у різноманітних організаціях, а також певну сферу людського знання, яке допомагає реалізовувати цю функцію. У більш конкретному розумінні, менеджмент – це управління в соціально-економічних системах: сукупність сучасних принципів, методів, засобів та форм управління виробництвом з метою покращення його ефективності та збільшення прибутку. Інформація (від латинського informatio - роз'яснення), з самого початку означала відомості, передані людьми усним, письмовим або іншим способом (за допомогою умовних сигналів, технічних засобів, і т.д.), а десь із середини 20 століття стала загальнонауковим поняттям, що поєднує в собі обмін відомостями між людьми, людиною й автоматом, автоматом і автоматом. Найбільш вираженою властивістю для інформації є здатність

вносити зміни. Практична цінність інформації залежить від того, яку роль вона відіграє у прийнятті рішення, а також від уміння її використати. Сама по собі вона нічого не варта. На будь-якому підприємстві, в організації, галузі, та й у світовій економіці в цілому, можна виділити три основні компоненти: бізнес (він реалізується за допомогою певних комерційних операцій, організованих структур та стратегій); предметні технології (з їхньою допомогою виробляється різна продукція) та інформація, яка все це зв'язує в єдине ціле.

В науці про управління, на жаль, поки що не існує однозначного розуміння такого поняття як інформаційний менеджмент (ІМ). Тому що різні види менеджменту тісно пов'язані між собою (наприклад, документний та інформаційний), а також тому, що, як правило, менеджмент трактується як синонім 'управління' і не завжди враховуються його специфічні особливості. Крім того, мода на використання іноземних термінів заважає коректному розумінню поняття 'інформаційний менеджмент'.

Так вже історично склалось, що з самого спочатку інформаційний менеджмент сприймався як менеджмент створення систем, пов'язаних із розробкою, рекламою, торгівлею та експлуатацією комп'ютерних мереж, які обслуговують різноманітні інформаційні потреби сучасних промислових підприємств, банків, комерційних організацій, навчальних закладів тощо. На сьогоднішній день майже кожна велика фірма прагне мати таку систему (її ще також називають корпоративною інформаційною системою або 'інформаційною платформою'). Звичайно, така система пов'язана із зовнішнім світом (Інтернет, електронна пошта тощо). З часом таке поняття інформаційного менеджменту дещо видозмінилось та розширилось. Зараз коректніше буде вважати, що інформаційний менеджмент – це те, що загалом відповідає за управління процесом взаємодії бізнесу та інформаційних технологій. (Згідно з означенням, прийнятим ЮНЕСКО, інформаційна технологія – це комплекс взаємопов'язаних наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, які займаються обробкою та зберіганням інформації; обчислювальну техніку та методи організації і взаємодії як з людьми, так і з промисловим обладнанням, їх практичні додатки, а також пов'язані з цим соціальні, економічні та культурні проблеми). Процес інформаційного менеджменту, який відбувається у сучасних організаціях, являється невід'ємною частиною процесу управління організацією та необхідним процесом для збільшення ефективності бізнес-процесів у сучасних економічних умовах. Звичайно, цей процес мають підтримувати та контролювати кваліфіковані фахівці.

Задачі та цілі інформаційного менеджменту.

Концепція ІМ об'єднує наступні підходи: економічний, що розглядає питання залучення нової документованої інформації із урахуванням корисності та фінансових затрат; аналітичний, що базується на аналізі потреб користувачів щодо інформації та комунікації; організаційний, розглядає вплив інформаційних технологій на організаційні аспекти; системний, розглядає обробку інформації в організації, приділяючи особливу увагу оптимізації комунікаційних каналів, інформації, матеріальних коштів та інших витрат, методів роботи.

ІМ в організації виконує стратегічні, оперативні та адміністративні задачі. До стратегічних задач відносяться: створення інформаційної інфраструктури організації та управління інформаційними технологіями. Оперативні та адміністративні задачі мають більш вузький та підпорядкований характер.

Для розуміння сутності інформаційного менеджменту варто прийняти до уваги такі положення:

1. Інформація являється 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 відбувається у межах конкретної організації.
3. Інформація являє собою самостійний фактор виробництва, що лежить в основі процесу прийняття управлінського рішення.
4. Інформаційний менеджмент має відношення не просто до інформації, а саме до інформаційної діяльності організації.

Враховуючи це, можна узагальнити: інформаційний менеджмент – управління діяльністю, пов'язаною із створенням та використанням інформації в інтересах організації.

Основною ціллю інформаційного менеджменту є забезпечення ефективного розвитку організації шляхом регулювання різних видів її інформаційної діяльності.

У зв'язку з цим перед ІМ постає ряд певних задач.

Головною задачею ІМ являється інформаційна підтримка основної діяльності організації.

Задача ІМ, з цієї точки зору, полягає в інтегруванні створених співробітниками індивідуальних інформаційних елементів системи ( документи, справи, технології) на основі програми пошуку та на базі пропозицій через Інтернет і відповідного маркетингу використовуваних інформаційних ресурсів.

Наступна задача ІМ полягає у переробці різноманітного 'масового продукту, що пропонується на інформаційному ринку, в інформацію, релевантну діям – перехід від зовнішніх знань у знання, релевантні внутрішнім рішенням.

Важливою задачею ІМ являється вибір раціональних форм комунікацій, техніки та інформаційних технологій, а також характеристик інформаційних ресурсів, необхідних для досягнення цілей організації.

Крім того, ІМ розв'язує задачі планування, керівництва, контролю та організації документного забезпечення управління організацією за певними цільовими критеріями для підтримки узгоджених організаційно-інформаційних дій членів організації.

ІМ стосується всіх функцій управління сучасної організації. Управлінський цикл містить чотири функції, - це планування, організація, мотивація та контроль.

Функція планування – це діяльність суб'єкта по визначенню темпів, пропорцій, розвитку об'єктів управління. Планування здійснюється в різних варіантах і являється основою існування організації, підприємства, фірми тощо. Найпоширеніші на сьогодні оперативне й стратегічне.

Оперативне планування відображає поточну діяльність організації.

Стратегічне пов'язане з перспективами.

Функція стратегічного планування здобуває в цей час особливе значення. Її специфіка: особливість самого стратегічного управління.

Стратегічне управління – це управління, що орієнтоване на забезпечення "виживання" організації та її ефективного розвитку в умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища.

На відміну від оперативного управління, стратегічне має інші критерії ефективності, а

саме: своєчасність і точність реагування організації на зміни зовнішнього середовища. Стратегічне планування - процес, що включає ряд стадій. Скласти стратегічний план, тобто визначити ті дії, які організація повинна зробити для виконання стратегії.

Планування складається з таких поетапних стадій:

1) Визначення місії організації.

Місія – це чітко виражена причина існування організації, що підкреслює її відмінності від аналогів.

2) Визначення цілей організації.

Ціль – це очікуваний, кінцевий результат. Саме через цілі, місія одержує реалізацію.

3) Аналіз середовища

4) Аналіз стратегічних альтернатив.

5) Вибір стратегії.

6) Реалізація стратегії.

7) Стратегічний контроль.

Стратегічний контроль здійснюється протягом усього періоду реалізації стратегії. Він сприяє досягненню цілей стратегії.

Значення планування в цілому полягає в тому, що плани підвищують ступінь результативності діяльності організації.

Ефективність діяльності управлінського апарату організації залежить від цілого ряду факторів:

- Забезпечення організаційною й обчислювальною технікою;
- Використання сучасних технологій;
- Розподіл посадових обов'язків у рамках управлінської ланки;
- Інформаційне забезпечення управлінської діяльності;

Інформація являє собою найважливіший організаційний ресурс. Вона входить у загальний комплекс ресурсів фірми, поряд з кадровими, фінансовими й т.д. Інформація має багато спільних рис із іншими ресурсами:

- Інформацію необхідно планувати з точки зору виявлення потреби в ній організації;
- Витрати на одержання й використання інформації можна оцінити з економічної точки зору й вони повинні входити в загальний баланс організації.
- Інформаційні потреби можуть і повинні бути співвіднесені з можливостями їхнього задоволення, як із внутрішніх, так і зовнішніх джерел.

При споживанні інформація не зникає, а змінює свою цінність.

Спеціаліст організації, працівник, керівник являються не просто користувачами, яким постачається інформація, а безпосередніми учасниками інформаційного процесу, найважливішою частиною ІМ.

Поняття інформаційних систем менеджменту.

Практична реалізація комунікаційних процесів в апараті управління здійснюється інститутами ІМ у вигляді організації документообороту, бездокументних зв'язків, циркуляції документних потоків в рамках системи управління внутрішньою інформацією фірми (головною метою даної системи є створення ефективної системи інформаційного забезпечення процесів управління), функціонування інформаційних систем та мереж. Інформаційний менеджмент з'явився на світ як визнання того факту, що інформація є абсолютно необхідним ресурсом, щоб менеджмент був систематичним. Менеджери в сфері інформаційного менеджменту займаються розробкою й контролем систем, що обробляють і розподіляють інформацію. Для більш ефективної організації й

використання інформації багатьма західними фірмами були розроблені інформаційні системи менеджменту (ІСМ). Інформаційна система менеджменту - це система збору інформації, що обробляє й представляє її у формі, найбільш зручній для прийняття на її основі рішень, і розподіляюча її між кінцевими користувачами. Для прийняття рішень на основі інформації, остання повинна бути точною, своєчасною, доречною, легко доступною та представленою в необхідному форматі.

Потужність інформаційних систем менеджменту використовується багатьма західними компаніями. Наприклад, корпорація XEROX використовує свої ІСМ для посилення й одержання електронної пошти, оглядових звітів, фінансових документів, для вивчення інформації щодо споживачів і ринків збуту, а також для одержання самих останніх новин. У компанії ЗМ інформаційні системи менеджменту використовуються для капіталізації заощаджених на витратах коштів і впровадження інноваційних технологій. ІСМ дозволяють ЗМ користуватись децентралізованою системою управління, що забезпечує найбільшу гнучкість у прийнятті рішень. Це досягається за рахунок зв'язування ІСМ із регіональних представництв компанії в одну велику мережу, що регулює критичні аспекти діяльності фірми в цілому. Дані щодо фінансів, керування персоналом та інженерними проектами можуть бути легко переслані з одного представництва в інші, а також консолідовані в штаб-квартирі компанії з метою одержання загальної картини діяльності фірми. Подібна інтеграція децентралізованих зусиль дозволяє значно заощаджувати час і кошти.

Для розробки конкретної ІСМ необхідно насамперед встановити мету її створення, визначити можливі обмеження, визначити джерела одержання інформації й канали її редистрибуції, і тільки потім приступати до конкретного планування. У процесі розробки необхідно забезпечити тісні контакти між розробниками та кінцевими користувачами.

Варто пам'ятати, що метою створення інформаційних систем є забезпечення інформаційної підтримки менеджерів при прийнятті ними рішень. Ця підтримка полягає в:

- своєчасному попередженні менеджерів про можливі проблеми в майбутньому;
- одержанні інформації, яка буде використовуватись при прийнятті рішень;
- автоматичному прийнятті системою дрібних рішень, не потребуючи втручання менеджера;
- автоматизації рутинних операцій.

Обмеження при розробці інформаційних систем менеджменту можуть бути обумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми причинами. Зовнішні обмеження містять у собі правові питання, побажання споживачів і потреби постачальників. До внутрішніх обмежень відносять витрати по розробці ІСМ, доступність робочої сили щодо використання як персоналу, напрямку політики фірми та технічних характеристик комп'ютера, на основі якого розробляється ІСМ.

Наступним кроком після визначення цілей створення інформаційної системи є чітке визначення цілей використання інформації. Конкретні цілі залежать від менеджера, що цією інформацією буде користуватися. Деяким потрібна складна комп'ютеризована система, для інших ІСМ повинна бути якомога простішою. Одним потрібні тільки факти, іншим - інформація, необхідна в конкретній поточній ситуації. Після визначення цілей використання інформації можна визначити й джерела її одержання.

Потім необхідно 'зібрати' систему. Для цього треба спочатку позначити всі потоки інформації (наприклад, такі як, звіти щодо маркетингової діяльності й продажу), визначити спосіб зберігання інформації, метод її введення в систему, а також

обладнання, яке буде для цього використовуватися. Так як для рішення одного завдання теоретично можна розробити безліч різних систем, то необхідно також урахувати кінцеву вартість інформаційної системи, її технічні характеристики й прийнятність для конкретного користувача.

При введенні системи в дію потрібно навчити всіх потенційних користувачів роботі з нею, пояснити принцип її дії, а також показати, які саме вигоди несе використання системи. Засоби автоматизації діяльності ІМ.

І наостанок, мабуть, слід ще торкнутись теми автоматизації діяльності ІМ.

Протягом останніх десятиліть менеджменти найбільш розвинутих країн (США, Японія) перейшли на 'творчі' інформаційні технології так званого третього рівня. Вони охоплюють повний інформаційний цикл – виробництво інформації (нових знань), їх передачу, переробку, використання для досягнення нових, більш високих цілей. Інформаційні технології третього рівня означають вищий етап комп'ютеризації менеджменту, тобто дозволяють поєднати силу людського розуму та потужність електронної техніки.

До сучасних технічних засобів автоматизації інформаційно-управлінської діяльності відносять такі:

1. персональні комп'ютери, об'єднані в мережі;
2. електронні друкарські машинки;
3. текстообробні системи ( проблемноорієнтовані комп'ютерні системи, що мають більші функціональні можливості);
4. копіювальні машини;
5. комунікаційні засоби, телефонна техніка;
6. засоби для автоматизації введення архівних документів і пошуку інформації (це також і нетрадиційні носії інформації: магнітні диски й стрічки, мікрофільми, диски з оптичними записами);
7. засоби для обміну інформацією - "електронна пошта";
8. відеоінформаційні системи;
9. локальні комп'ютерні мережі;
10. інтегровані мережі установ.

## **Висновок**

Ми живемо у час всебічного розвитку оточуючого нас світу. У зв'язку з цим, з кожним днем збільшується кількість інформації стосовно найрізноманітніших сфер нашого життя. Тобто розширюється інформаційна сфера. А оскільки жодна з організацій, підприємств, фірм не являється інформаційно ізольованою, то дуже важливим питанням є питання отримання якісної та корисної інформації, яка забезпечувала б оптимальність процесу управління.

Інформаційний менеджмент з'явився як частина теорії менеджменту приблизно на межі 20-21 століть. Він являв собою якісно нову інформаційну концепцію, яка дала поштовх розвитку нової індустрії у сфері управління. Ця концепція пов'язана з тим, що водночас із традиційними важелями управління з'являється ще один – управління бізнесом за допомогою інформаційних технологій.

Інформаційний менеджмент відіграє дуже важливу роль у діяльності кожної організації оскільки фактично являється потужною та ефективною інформаційною підтримкою. А це забезпечує їй існування у сучасних економічних умовах, які вимагають досить швидкого

планування та прийняття рішень.

**Література.**

1. Маскон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури "Основы менеджмента", М.,Изд. "Дело", 1997.
2. Стаття Ларина М.В.,доктора исторических наук, професора "Применение методологии информационного менеджмента в документационном обеспечении управления" .Опубликовано: Всероссийская конференция "Автоматизация делопроизводства и электронный документооборот в органах власти"
3. Костров, А.В. Основы информационного менеджмента: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001.
4. Костров, А.В. Введение в информационный менеджмент. – 1996.