

МЕНЕДЖМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Актуальність дослідження менеджменту інформаційних ресурсів як основи інноваційного розвитку інформаційного менеджменту визначається наступними чинниками. По-перше, менеджмент інформаційних ресурсів представляє собою новий науковий напрямок, у контексті якого формується інформаційна політика сучасного періоду розвитку Української держави, що розвивається в нових умовах глобалізації та входження України до цивілізованих спільнот. По-друге, менеджмент інформаційних ресурсів покликаний аналізувати інформаційну спрямованість економічних інтересів і знаходити способи забезпечення їх балансу. По-третє, недостатньою теоретичною розробленістю концептуальних засад менеджменту інформаційних ресурсів, визначенням векторів теоретичної рефлексії змін у поступі забезпечення інформатизації суспільства, згідно з якими оцінюється рейтинг тієї чи іншої країни у контексті розвитку інформаційної парадигми. По-четверте, саме за таких умов розвиток менеджменту інформаційних ресурсів продовжує поглиблювати значення категоріальних форм інформаційного дискурсу, який міг би узгоджуватися з сучасними реаліями інформаційної глобалізації та виконувати допоміжну функцію у розвитку бізнесу. За таких умов регуляторами всієї системи економічних відносин виступають механізми інформатизації, здатні сприяти виявленню інформаційного потенціалу країни, який допомагає досягнути певних рівнів розвитку інформаційних стандартів та інформаційного забезпечення розвитку бізнесу, сприяти формуванню бізнесових засад інформаційного суспільства. По-п'яте, актуальність теми дослідження у тому, що науковий і технологічний прогрес безпрецедентно прискорив еволюцію людства в формування світового інформаційно-стільнікового суспільства, інформаційної цивілізації, яка сприяє розвитку бізнесу та його інформаційних засад. По-шосте, менеджмент інформаційних ресурсів грає важливу функцію у розвитку бізнесу, проблема інновацій, навчання на протязі життя, партнерські зв'язки, обмін знаннями за допомогою інформаційних мереж, залучення до активного соціального життя є лише першочерговими складовими формування інформаційної економіки на основі знань [1, с.122]. Вирішити ці проблеми можливо, якщо докорінним чином сформувані теоретичне підґрунтя парадигми менеджменту інформаційних ресурсів і сформувані у суспільстві умови для її реалізації. Розв'язання зазначеної проблематики потребує системного вирішення та розробки відповідних теоретико-концептуальних підходів до цієї надзвичайно інноваційної дисципліни і нового наукового напрямку, який зачіпає багато проблем аксіологічного, гносеологічного, онтологічного вимірів. Американський спеціаліст Ф.Махлуп ще в кінці 50-х рр. висунув ідею про появу менеджменту інформаційних ресурсів, у якому найважливішим товаром стане інформація; на початку 60-х рр. він відмічав, що інформація у зв'язку з цим стала свого роду промисловим продуктом, а її виробництво - одним із видів промислової індустрії. Інформаційне суспільство виникло в середині 80-х рр. і до середини 90-х рр. XX ст. пройшло перший етап свого розвитку. Про це писав також академік В.М.Глушков, який запропонував концепцію безпаперової технології в організації сфери управління і розподілу в суспільстві. Проте саме японці зуміли не тільки активно пропагувати ідею про промислове значення інформації, але й використати її в конкурентній боротьбі на світовому ринку. Й.Хентце і А.Хайнеке визначають менеджмент інформаційних ресурсів як сукупність правил, технічних засобів і систем (систематичне планування, організацію і координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації), які визначають інформаційну і комунікаційну структуру розвитку бізнесу, визначаючи при цьому цілеспрямоване використання інформації як ресурсу. Г.Вольфрам розглядає

менеджмент інформаційних ресурсів як допоміжну функцію управління в бізнесі, орієнтовану на ресурси, відносячи до його змісту задачі надання інформації і розробки інформаційних систем у сфері інформаційно-технічної інформації. Е. Фогель вводить поняття «менеджменту інформаційних ресурсів» як синонім інформаційного менеджменту, головна задача якого координація обробки інформації та її використання для розвитку бізнесу. Задачі менеджменту інформаційних ресурсів в бізнесі: 1) якісне інформаційне забезпечення процесів управління в бізнесу; 2) забезпечення управління обробки інформації на всіх рівнях; 3) забезпечення управління комунікаціями (спілкування – передача інформації від людини до людини). Зміст менеджменту інформаційних ресурсів визначається концепцією про розвиток нової самостійної сфери знання – комунікаційних та інформаційних засад розвитку бізнесу, які відповідають інформаційній парадигмі розвитку суспільства і мають власну специфіку поряд з іншими сферами наук. Менеджмент інформаційних ресурсів тісно пов'язаний з теорією інформації і комунікації, історії спеціальних і масових комунікацій, інформаційною інфраструктурою суспільства, теорією інформаційного суспільства, інформаційно-комунікаційною політикою, інформаційним правом тощо. Менеджмент інформаційних ресурсів охоплює інформаційні ресурси, інформаційні системи, з ним тісно пов'язані штучний інтелект, телекомунікації, інформаційно-комунікаційну техніку і технології, методи дослідження інформаційних процесів. Менеджмент інформаційних ресурсів слід аналізувати в контексті таких підходів, як організаційна комунікація, інформаційні послуги і маркетинг, методи організації суспільних зв'язків, дослідження ринку та аудиторії, фінансування інформаційної діяльності, комерційне право, семіотика реклами, в сите, що необхідне для успішного розвитку бізнесу.

Література:

1. Мельник В. В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку / В. В. Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – № 49. – С. 122-134.