

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Матвієнко О.В.

О С Н О В И
інформаційного
менеджменту

Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів

КИЇВ - 2004

УДК
371.78.07
М 338

Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів
(Лист №14/18.2-1636 від 13.10.2003 р.).

Рецензенти:

Кірсанов В.В.

кандидат педагогічних наук, професор, директор
Інститут менеджменту і бізнесу (Київський
національний університет культури і мистецтв)

Ткачук С.Г.

доктор технічних наук, професор (Національний
транспортний університет)

Матвієнко О.В.

М 338 Основи інформаційного менеджменту: Навчальний посібник.- К.: Центр навчальної літератури, 2004.- 128 с.

ISBN 966-8568-09-5

Навчальний посібник призначений для вивчення нового напрямку інформаційно-управлінської діяльності – інформаційного менеджменту. У навчальному посібнику викладено основні підходи до розуміння інформаційного менеджменту, розглянуто питання розвитку наук інформаційно-комунікаційного циклу, питання теорії та практики інформаційно-аналітичної діяльності в системі управління, висвітлено проблеми виробництва інформаційних продуктів та надання інформаційних послуг.

Практичні заняття з курсу спрямовані на набуття умінь здійснення ситуаційного аналізу, комунікативного аудиту, організації експертних оцінювань, на розробку і реалізацію проектів надання інформаційних послуг та створення інформаційних продуктів. В курсі розглянуто соціально-психологічні особливості діяльності в галузі інформаційного менеджменту, окреслено необхідні заходи з освоєння професійного простору діяльності інформаційного менеджера.

Видання розраховане на студентів вищих навчальних закладів, спеціалістів у галузі інформаційної діяльності, педагогічних працівників навчальних закладів.

ISBN 966-8568-09-5

© Матвієнко О.В., 2004 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	6
Розвиток наук інформаційно-комунікаційного циклу	6
Основні концепції інформаційного менеджменту	8
Інформаційні потоки в організації	12
Соціально-психологічні особливості інформаційно-управлінської діяльності	25
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	36
Інформаційне забезпечення управління	36
Види інформаційно-аналітичної діяльності.....	43
Класифікація оглядово-аналітичної інформації	50
Експертні оцінки у підготовці інформації для прийняття управлінських рішень	55
Інформаційне моделювання	59
ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ І ПОСЛУГИ	64
Структура інформаційного ринку	64
Електронні публікації	69
Інформаційний консалтинг	75
Інформація як об'єкт захисту	81
ЛІТЕРАТУРА	87
ДОДАТОК 1	93
ДОДАТОК 2	96

ВСТУП

Розвиток науки і техніки, поява якісно нових інформаційних потреб підвищують роль інформаційного чинника у процесах прийняття управлінських рішень.

Сучасний стан інформатизації в Україні характеризується тим, що сформована і реалізується державна інформаційна політика, активно створюється нормативно-правова та нормативно-технічна база сфери інформатизації та інформаційної діяльності, зокрема прийнято Закони України “Про інформацію”, “Про Національну програму інформатизації”, “Про Концепцію Національної програми інформатизації”, ряд інших нормативних актів Кабінету Міністрів України та Указів Президента України.

Інформаційна діяльність є типом інфраструктурних галузей людської діяльності, питання виникнення і розвитку якої нерозривно пов’язані із процесом розподілу праці. Реальна потреба у діяльності інформаційних служб, функціонально включених до структури підприємств і організацій, широкий спектр інформаційних завдань, які перед ними постають, потребує підготовки спеціалістів інформаційно-управлінського профілю.

У Державному стандарті “Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення” таким чином визначено інформаційну діяльність: “*Інформаційна діяльність* – постійне та систематичне збирання та оброблення записаної інформації з метою її зберігання, пошуку, використання чи пересилання, що виконується якою-небудь особою чи організацією”, але слід зазначити, що, наприклад, у сфері управління багато аналітичних завдань вирішується у режимі прямого інформаційного моделювання і спостереження за керованою сферою, минаючи стадію аналізу традиційних публікацій, у яких інтервал між подією і її відображенням занадто великий, на що звертають увагу дослідники проблем і завдань інформаційно-аналітичної діяльності. Специфічні завдання моніторингу, ситуаційного аналізу, використання електронних ресурсів ЗМІ, Інтернет, неформальних і недокументованих джерел, соціологічних даних, інтелектуалізованих режимів контекстного пошуку, потребують відповідних інформаційних підрозділів у структурі управління.

Сучасні методи управління інформаційною діяльністю на підприємствах і в організаціях базуються на концепціях *інформаційного менеджменту*, його основних методах і засобах.

Для інформаційного менеджменту, як науки, характерна багатоваріантність, зумовлена тим, що, з одного боку, об’єктом його дослідження виступає поняття *інформації*, яке є родовим для сукупності наукових дисциплін, з іншого – *загальноуправлінська проблематика*, пов’язана із документаційно-інформаційним забезпеченням управління. До

того ж, інформаційний менеджмент є наукою, яка знаходиться в стадії становлення і оформлення. Широке трактування змісту об'єкта дослідження інформаційного менеджменту дає можливість розглядати його як комплексну дисципліну в межах *інформаційно-управлінських наук*.

Функціональна галузь інформаційного менеджменту тісно пов'язана із такими дисциплінами як “Інформатика”, “Теорія і практика управління”, “Системний аналіз”, “Менеджмент проектів”, дисциплінами інформаційно-технологічного циклу: “Організація баз даних”, “Комп'ютерні мережі”, “Системи електронного документообігу”, “Документаційне забезпечення управління” та ін., що знаходить своє відображення у міжпредметних зв'язках цих дисциплін із змістом курсу “Інформаційний менеджмент”.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розвиток наук інформаційно-комунікаційного циклу

Розвиток теорії і практики інформаційного менеджменту потребує звертання до проблематики розвитку наук інформаційно-комунікаційного циклу.

Інформатика – одна із галузей наукового знання, яка формує системно-інформаційний підхід до аналізу оточуючого світу, вивчає інформаційні процеси, методи і засоби одержання, перетворення, передачі, зберігання і використання інформації, фундаментальна наука про інформаційні процеси у системах різної природи.

Найбільший розвиток у інформатиці одержали такі напрями:

- *теоретична інформатика* (теорія інформації, методи інформаційного моделювання, теорія інформаційних систем, комп'ютерна лінгвістика, теорія систем штучного інтелекту);
- *технічна інформатика* (теорія і методологія створення і використання технічних систем збирання, зберігання, обробки і передачі інформації, орієнтованих на використання засобів ЕОМ і зв'язку);
- *прикладна інформатика* (теорія і методологія створення і використання інформаційних технологій, комплексів і систем у різних сферах соціальної практики).

Інформатика, як фундаментальна основа процесів інформатизації та інформаційно-комунікаційної діяльності, сформувалась як наука у розвитку таких вітчизняних концепцій (табл.1.) [79].

Таблиця 1.

Вітчизняні концепції інформатики

Концепція	Об'єкт	Предмет
<i>Документалістика</i>	Документальні комунікації	Закономірності функціонування документальних систем
<i>Наукова інформатика</i> (О.І.Михайлов, А.І.Чорний, Р.С.Гіляревський)	Наукова комунікація Наукова інформація (структура, властивості)	Закономірності науково-інформаційної діяльності (теорія, історія, методика, організація)
<i>Соціальна інформатика</i> (А.В Соколов, А.І.Маркевич, А.Д.Урсул та ін.)	Соціальна комунікація Соціальна інформація	Інформатизація і закономірності інформаційних процесів у соціумі

Концепція	Об'єкт	Предмет
<i>Прикладна інформатика</i> (технічна) (В.М.Глушков, В.С.Міхалевич, А.П.Єршов та ін.)	Технічна комунікація	Закономірності кібернетизації технічних комунікацій у суспільстві, математичного моделювання на ЕОМ процесів обробки і передачі інформації

Одночасно відбувалось встановлення зв'язків між інформатикою та іншими дисциплінами, основним предметом дослідження яких є закономірності інформаційно-комунікаційних процесів (бібліотекознавство, бібліографознавство, архівознавство та ін.). Останнім часом конститується нова наукова дисципліна – “документознавство”, яка розглядається як узагальнююча для дисциплін документально-комунікаційного циклу [34]. Сучасне документознавство дослідники пов'язують з інформаційно-документаційним забезпеченням управління та організацією інформаційного менеджменту в установі [34].

Останніми роками відбувається формування наукового напрямку, який одержав назву *фундаментальної інформатики*, яка розглядається узагальнюючою для дисциплін, що вивчають інформацію в системах різної природи [30]. Цей напрям має комплексний міждисциплінарний характер і об'єднує ряд нових наукових дисциплін, пов'язаних з вивченням багатогранності феномену інформації, а також закономірностей і особливостей його прояву у різних середовищах – технічному, соціальному, біологічному [31].

Розширення предметної галузі інформатики і вихід інформаційної діяльності за межі науково-технічної інформації, забезпечення не тільки науково-технічних комунікацій, а і таких сфер як організаційне управління і прогнозування, потребували інших видів інформації – економічної, статистичної, довідкової, кон'юнктурної та ін., отже викликали необхідність *узагальнюючої дисципліни* відносно вже існуючих, які вивчають різні аспекти інформації – “науки про інформацію” або “інформаційної науки” (“information science”¹ за термінологією, що існує в англійських країнах). Як зазначали В.Слаеска і Ч.Пірсон: “Термін [інформаційна наука] був прийнятий для позначення міждисциплінарної галузі, яка спочатку виникла у зв'язку з експонентним зростанням текстів наукової інформації. Пізніше прикладна інформаційна наука, яка спочатку здійснювала контроль над інформацією і комунікацією лише в секторі науки, розповсюдила свої заняття інформаційними процесами на інші

¹ “**Information science** – наука про інформацію – вивчення того, як інформація збирається, впорядковується, обробляється і повідомляється” [2, с.226], на відміну від “**computer science** – наука про обчислювальну техніку – дисципліна, яка вивчає комп'ютери, принципи їх побудови...Включає дослідження як теоретичних, так і практичних аспектів проектування обчислювальних систем, електроніки, математики, логіки і біхевіористики. Діапазон областей вивчення - від програмування і архітектури комп'ютерів до штучного інтелекту і робототехніки” [там само, с.96].

професійні галузі: управління у діловій і державній сферах, освіту, медицину і охорону здоров'я, законодавство і юриспруденцію, воєнну справу та ін. ... Сьогодні інформаційна наука має риси як суспільної так і технічної дисципліни...”[12].

Підхід до інформаційної науки, предмет дослідження якої “...не пов’язаний ні з комп’ютерними, ні з бібліотечними проблемами”(за Ф.Махлупом і У.Менсфілдом), дає змогу віднести до сфери її досліджень такі напрями:

- нові методи обміну інформацією (мережі, телеконференції);
- управління доступом до інформації;
- моделювання і автоматизація інформаційних систем і мереж;
- вивчення характеристик і поведінки користувачів інформаційних систем і служб;
- дослідження людського чинника у побудові людино-машинних систем та ін.

“Інформаційна наука” у деяких класифікаціях наук за кордоном включає інформатику, бібліотекознавство, комунікацію тощо. Разом з тим, “...різноманітність функцій кожного з видів комунікаційної діяльності, безперервна зміна цих функцій під впливом швидко змінюваних вимог життя, закономірності розвитку цих видів діяльності, ще не вивчені і не зовсім зрозумілі – все це вкрай ускладнює дослідження системи комунікації у цілому... Але оскільки це – система, й до того ж, функціонуюча, то кожний її елемент (тобто кожен вид діяльності) в той чи інший момент виконує певні функції у взаємодії з усіма іншими елементами” [55, с.401].

Фундаментальні ідеї інформатики та інформаційний підхід, який нею розвивається, є методологічною основою вивчення можливостей нових інформаційних каналів, які виникли з розвитком комп’ютерних технологій. Інформаційна свобода в епоху інформаційного буму і розвитку нових інформаційних каналів викликає проблеми забруднення сфери комунікацій “інформаційним сміттям” – неперевереними даними, квазінауковими матеріалами, дезінформацією, а повна свобода подання і розповсюдження інформації в мережі Інтернет викликає проблему інформаційно-психологічної безпеки людини, захисту її психіки від деструктивного інформаційного впливу.

Основні концепції інформаційного менеджменту

Виконання соціальною інформацією управлінських функцій, циркуляція інформації між компонентами системи, між системою в цілому і оточуючим середовищем, є обов’язковим атрибутом управління. Саме завдяки інформаційним процесам система управління здатна здійснювати цілеспрямовану взаємодію із зовнішнім середовищем, координувати

відносини власних компонентів, спрямовувати їх рух до заданої мети. Серед багатьох різновидів менеджменту (стратегічний, фінансовий, ризиковий та ін.), *інформаційний менеджмент* посідає особливе місце як такий, що забезпечує управління інформаційними потоками.

Розглянемо основні підходи до розуміння інформаційного менеджменту.

1. Інформаційний менеджмент розглядається у досить широкому спектрі – від традиційного інформаційного обслуговування до загальної теорії управління: інформаційне забезпечення, інформаційні ресурси, інформаційні послуги і підприємництво, інформаційні системи і їх управління, опрацювання і аналіз інформації, організація комунікації, управління інформаційними технологіями, стратегічне планування і менеджмент. Всі ці напрями входять до системи знань інформаційного менеджменту, але деякі з них, залежно від трактування, представляються як основні, а решта доповнюють перші як контекст.
2. Інформаційний менеджмент розуміється як розроблення і реалізація внутрішньої і зовнішньої комунікативної політики організації [54], при чому мета діяльності в цій галузі відокремлюється від ІТ¹-менеджменту - управління впровадженням і використанням інформаційних технологій. Серед галузей, на перетині яких розвивається інформаційний менеджмент, виділяються:
 - *організаційні комунікації* – прийняття рішень і контроль за їх виконанням розглядаються як інформаційні процеси і вивчаються адміністративним менеджментом;
 - *документування діяльності підприємства*, формування документопотоку і документообігу – питання, які традиційно розглядалися у діловодстві або документаційному забезпеченні управління;
 - *формування інформаційного потоку фірми*, його диспетчеризація, створення довідково-інформаційних фондів і пошукових систем - ці завдання розв'язувались в межах науково-інформаційної діяльності, включаючи бібліотечно-бібліографічну.

Основне, що наслідуює інформаційний менеджмент з науково-інформаційної діяльності – це можливість здійснювати інформаційно-аналітичні і прогностичні дослідження, які базуються на методах інформаційного моделювання.

3. Інформаційний менеджмент визначається як *прикладна адміністративно-орієнтована технологія управління інформаційними ресурсами* [23]. З метою його здійснення в організаціях створюються

¹ ІТ- інформаційні технології

автоматизовані інформаційні системи управління, які інтегрують зовнішню і внутрішню інформацію. Надходження всіх видів інформаційних повідомлень до єдиної системи надає можливість здійснювати інформаційний моніторинг внутрішньої і зовнішньої сфери, сприяє обґрунтованому прийняттю управлінських рішень. *Інформаційний менеджмент* розглядається як *новий тип управління організацією на основі комплексного використання всіх видів інформації: науково-дослідної, технологічної, матеріально-технічної, кадрової, фінансової та ін.*

Окремим напрямом у концепції управління інформаційними ресурсами виділяється проблема підготовки інформації для керівників, а інформаційне забезпечення розглядається як елемент інформаційного менеджменту.

У межах концепції управління інформаційними ресурсами виділяють такі складові інформаційного менеджменту:

- *предметний інформаційний менеджмент* як технологія управління діяльністю на базі забезпечення документами, інформацією і знаннями у формах, які відповідають діяльності;
- *технологічний інформаційний менеджмент* як технологія забезпечення відповідного матеріально-технічного рівня інформаційного середовища;
- *програмний інформаційний менеджмент* як основа забезпечення взаємодії “людино-машинних” середовищ;
- *кадровий інформаційний менеджмент* - технологія професіоналізації і спеціальної підготовки користувачів для роботи в інформаційному середовищі.

4. Інформаційний менеджмент на основі інтеграції з ІТ-менеджментом виступає як складова поліфункціонального напрямку організації інформаційної діяльності – *менеджменту інформаційних систем* [38, 42, 43], відповідно до якого завдання створення інформаційної системи організації розглядаються спільно із сферою використання інформаційних ресурсів.

Одне із можливих відображень функціональної галузі інформаційного менеджменту подане у Державному стандарті освіти Росії [14]: “521509 *Інформаційний менеджмент*: інформаційне забезпечення управління, робота з інформацією, комп’ютерне опрацювання інформації. Моделювання керованих процесів, оцінка і параметричні розрахунки ситуацій. Людський чинник інформаційних технологій управління, роль інформаційних технологій у підвищенні якості управлінських рішень”.

Вдається адекватним (за відсутності визначення у відповідному вітчизняному стандарті) таке тлумачення інформаційного менеджменту, наведене в Державному стандарті Росії “Інформаційно-бібліотечна діяльність, бібліографія. Терміни і визначення” ГОСТ 7.0-99 “...органі-

зоване управління роботою підприємства, фірми або об'єднання, здійснюване на основі комплексного використання всіх видів інформації, наявних як на підприємстві, так і за його межами”.

Розглядаючи інформаційний менеджмент в руслі загальноуправлінської проблематики можна вважати, що в центрі його уваги знаходяться *інформаційні проблеми*, надання необхідної в процесі управління інформації, її опрацювання, створення умов для її оцінки і використання, організація використання і видачі, тобто інформаційний менеджмент орієнтований не стільки використання сучасних засобів обчислювальної техніки і телекомунікації, скільки на процеси інформаційного забезпечення.

Інформаційний менеджмент містить основні концептуальні і технологічні особливості *інформаційної діяльності*, сутність якої може бути визначена таким чином: “Інформаційна діяльність пов'язана із створенням інформаційних моделей всіх об'єктів і явищ природи і суспільства, які беруть участь у людській діяльності, а також із створенням моделей самої цієї діяльності”[3, с.28].

Значущість і очевидна необхідність активного внутрішнього використання і активного розповсюдження інформації для забезпечення конкурентоздатності організації, важливість координації зусиль всіх спеціалістів, як прямо чи опосередковано залучені до сфери розробки і реалізації внутрішньої і зовнішньої комунікаційної політики організації є причиною виникнення інформаційного менеджменту.

Особливість інформаційного менеджменту полягає в тому, що він належить до двох напрямів діяльності: з одного боку – загальної теорії управління, дослідження операцій і системного аналізу, а з іншого – до інформаційно-комунікаційного напрямку діяльності, основою якого є фундаментальні засади інформатики.

Структура діяльності в галузі інформаційного менеджменту визначається сферою охоплення галузей, на перетині яких він виник і розвивається:

- оперативне використання інформації як стратегічного ресурсу з метою забезпечення конкурентоздатності організації – *інформаційне забезпечення діяльності підприємства*;
- *управління процесами опрацювання інформації*, яке є змістом документаційного забезпечення управління;
- *використання інформації* для цілеспрямованого формування зовнішньої і внутрішньої комунікативної політики організації.

Інформаційний менеджмент - це інноваційна діяльність, орієнтована на постійний пошук нових, більш ефективних способів організації інформаційної діяльності, на створення матеріальних і соціальних передумов для ефективного доступу до інформації і забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів, на активізацію і

розвиток наявних інформаційних ресурсів і форм їх раціонального використання.

Інформаційні потоки в організації

Організація – це динамічна структура, стан якої визначається як зовнішньою взаємодією з оточуючим середовищем, так і внутрішньою взаємодією між її елементами.

Здійснення інформаційної діяльності у системі організаційного управління в умовах функціонування автоматизованих систем ґрунтується на моделях “електронних офісів” [15], сформульованих ще наприкінці 80-х років:

- *інформаційна модель* - орієнтована на інформацію як ресурс, який виробляється і використовується у процесі функціонування системи управління, спрямована на розв’язування інформаційних проблем, раціоналізацію та інтеграцію інформаційних процесів, покращання організаційної структури, підвищення ефективності роботи у цілому;
- *комунікаційна модель* – обґрунтовує інформатизацію управління як комплексну систему, яка включає організацію апарата управління разом з персоналом, організаційними зв’язками, методами роботи, тобто є моделлю організаційної системи управління як складної системи соціальних комунікацій;
- *соціотехнічна модель* – описує процес і результат проектування автоматизованих систем, при якому вважається недостатнім обмеження параметрами інформаційних потоків, загальним характером вирішуваних завдань або типами комунікацій – повинні враховуватись також соціально-психологічні особливості організації, у якій буде функціонувати проектована система. У контексті соціотехнічного підходу кінцеві результати роботи організації залежать не в останню чергу від взаємовідносин людей, їх ціннісних орієнтацій.

У “електронному офісі” працівника оточують різноманітні засоби інформатизації з новими можливостями, які забезпечують одержання і видачу основних видів повідомлень і даних.

Інформаційний потік – це сукупність повідомлень, які циркулюють у системі, і необхідні для здійснення процесів управління. Інформаційний потік характеризується: джерелом виникнення, напрямом, періодичністю, ступенем сталості, структурою, обсягом і щільністю, видом носія інформації, інформаційною ємністю окремих повідомлень, ступенем використання.

Горизонтальний інформаційний потік пов’язує органи управління, які знаходяться на одному рівні.

Вертикальний інформаційний потік пов'язує органи управління різних рівнів. Вертикальний інформаційний потік може бути висхідним і низхідним, тобто спрямованим від вищестоячих органів управління до нижчестоячих і навпаки.

Розвиток апаратно-програмного забезпечення інформаційних технологій створює умови інформаційного насичення робочих місць у офісі з інтеграцією різних видів інформаційних повідомлень (рис.1).

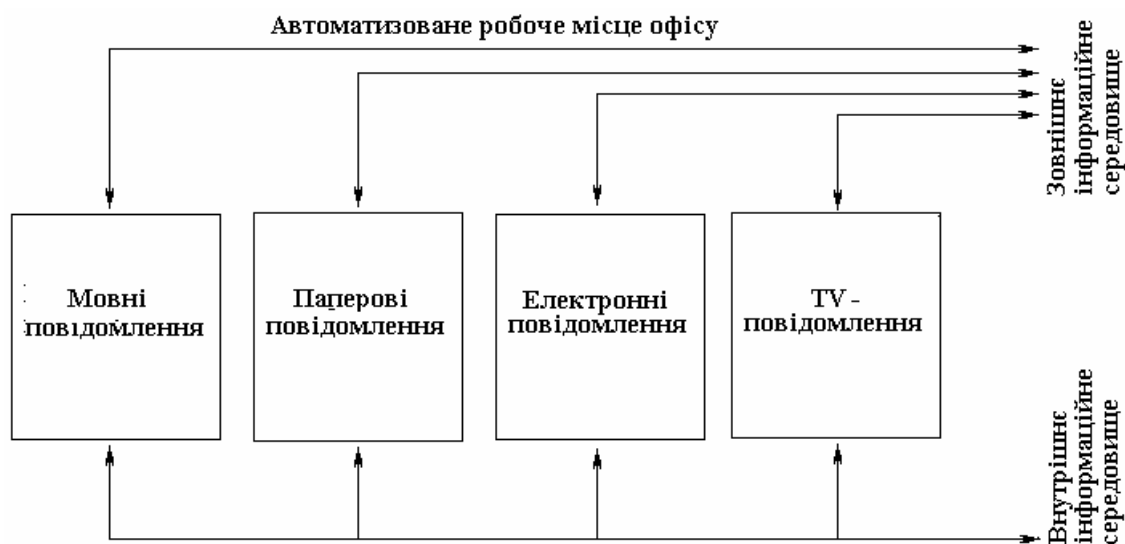


Рис. 1. Види інформаційних повідомлень у офісі

Сучасні інформаційні технології забезпечують доступ до інформаційних масивів (бази даних, електронні довідники та енциклопедії, оперативні дані, аналітичні дослідження, законодавчі та нормативні дані та ін.), які надходять з міжнародних, регіональних і національних інформаційних мереж. Це дозволяє використовувати електронні документи та інформаційні масиви для пошуку варіантів і визначення раціональних рішень у будь-якій діловій сфері.

Інформаційне забезпечення є базою, на якій ґрунтується управлінська діяльність. Інформацію тут слід розглядати як деяку сукупність різних повідомлень, відомостей, даних про відповідні предмети, явища, процеси, відношення та ін. Ці відомості, систематизовані і перетворені у придатну для використання форму, відіграють в управлінні надзвичайно важливу роль.

Інформація може бути класифікована за рядом ознак:

- функціональним призначенням і характером діяльності структурних підрозділів;
- за відношенням повідомлення до суб'єкта, який управляє структурним підрозділом;
- за типом зв'язку структурного підрозділу і зовнішнього середовища (прямий і зворотній обмін інформацією шляхом здійснення

- постійних контактів, проведення прес-конференцій, брифінгів, інформаційних зустрічей);
- за відношенням до цільової функції структурного підрозділу;
 - за логічним змістом (поділ на інформацію про суб'єктів органа управління, об'єкти його управлінського впливу (регіони, підприємства і організації, громадяни та ін..) та притаманних їм властивостях і відношеннях;
 - за фізичною формою подання (усна доповідь; повідомлення на папері у вигляді текстів, анкет, таблиць графіків та ін..; електронний варіант – надходження електронною поштою, факсом, з інформаційних систем, на дискетах; у вигляді аудіо та відеокасет; книги, журнали, газети);
 - за процедурою перетворення (ймовірнісні, соціологічні, моделюючі, аналітичні, обчислювальні);
 - за ступенем перетворення (основна або така, що надходить; опрацьована у аналітичні або прогнозні записки, теле-, фото-, радіоматеріали; згрупована у інформаційні бюлетені та ін..).

З позицій *соціального управління* слід виділити такі ознаки класифікації інформації:

- межі фіксації (така, що підлягає або не підлягає реєстрації);
- ступінь додаткового опрацювання перед використанням;
- сфера використання (універсальна, що використовується у всіх управлінських структурах – довідки, положення, накази керівництва; спеціалізована, яка використовується тільки в тих або інших структурах);
- ступінь комплектності (комплектна документальна, тобто придатна для використання у початковому вигляді; некомплектна, тобто використовується лише у зв'язку з іншими видами даних та відомостей);
- ємність і стабільність (вичерпна, яка не потребує доповнень; така, що потребує доповнень; постійна; змінна; така, що характеризує ймовірність настання події);
- форма і спосіб одержання (надходить з органа управління, шляхом вивчення статей та інших публікацій, проведення моніторингів, дослідження суспільної думки, обміну досвідом, роботи різних інформаційних підрозділів);
- впорядкованість (систематизована; відомості про нормативно-правові акти, що приймаються державними структурами; регламентована у часі, просторі, за особами, джерелами опублікування і змістом).

Інформаційні потоки можуть також відрізнитись також залежно від:

- на пряму руху (від структурних підрозділів до органу управління і, навпаки, від суб'єкта до об'єкта керуючого впливу);
- якісного змісту (виокремлення цінної за змістом інформації, від якої залежать певні керуючі дії, що спрямовані від структурних підрозділів);
- якісних характеристик (доцільно виділяти ймовірнісні, семантичні та інші міри інформації, використовувані в управлінському регулюванні і забезпеченні інших управлінських потреб).

Важно основою для класифікації є джерело інформації. Джерелом може виступати як об'єкт, відображенням якого є інформація, так і суб'єкт, який створює і розповсюджує її.

Залежно від суб'єкта (органу управління або його працівника, який одержує, поширює і опрацьовує інформацію) розрізняють аналітичну, прогнозну, довідкову, ознайомчу, рекомендаційну та ін. інформацію.

Корисність інформації визначається внутрішніми та зовнішніми користувачами, які висувають до її якості такі вимоги:

1. Відповідність і своєчасність інформації – здатність впливати на прийняття рішення користувачем і задовольнити його інтереси у потрібний момент або у певний термін.
2. Достовірність інформації – гарантія об'єктивності і правдивості наданих даних; передбачає необхідність зазначення методів, процедур одержання, щоб користувачі могли правильно розуміти її призначення і, за необхідності, перевірити її.
3. Порівнюваність інформації – можливість порівняння показників (наприклад, звітності), що потребує застосування набору визначень, одиниць вимірювання, методики опрацювання даних.
4. Доступність і зрозумілість інформації – подання інформації у зрозумілій для сприйняття формі. Форми надання звітності (поняття, які аналізуються, бази даних та ін..) повинні відображати сутність питання, бути чіткими, без зайвої деталізації, правильно перекладеними з іноземної мови тощо.
5. Конфіденційність інформації – надання користувачам лише тієї інформації, яка не завдасть шкоди організації з боку конкурентів.

Серед найбільш важливих видів джерел інформації для підприємства можна виділити:

- джерела всередині самої організації: спеціалізовані групи співробітників, періодичні звіти, різноманітні інформаційні зв'язки;
- інші організації: постачальники, рекламні агенції та засоби масової інформації, замовники, конкуренти;

- опубліковані джерела (звіти урядових організацій, звіти торгових організацій, наукові публікації, довідники);
- інформаційна індустрія: організації, які займаються дослідженнями в галузі маркетингу; спеціалізовані агенції та ін.

Загальні вимоги до структури і функціональних властивостей елементів системи збирання, опрацювання, зберігання і розповсюдження інформації з використанням сучасних електронних технологій дозволяють окреслити певний *організаційний інформаційно-технологічний простір*, систему, у якій відбувається опрацювання інформаційного ресурсу, який надходить із зовнішнього середовища. Одержані та опрацьовані інформаційні ресурси використовуються для прийняття управлінських рішень щодо діяльності об'єкта управління – організації, при чому інформація (у вигляді відповідних повідомлень) про діяльність організації надходить у зовнішнє середовище (рис.2).

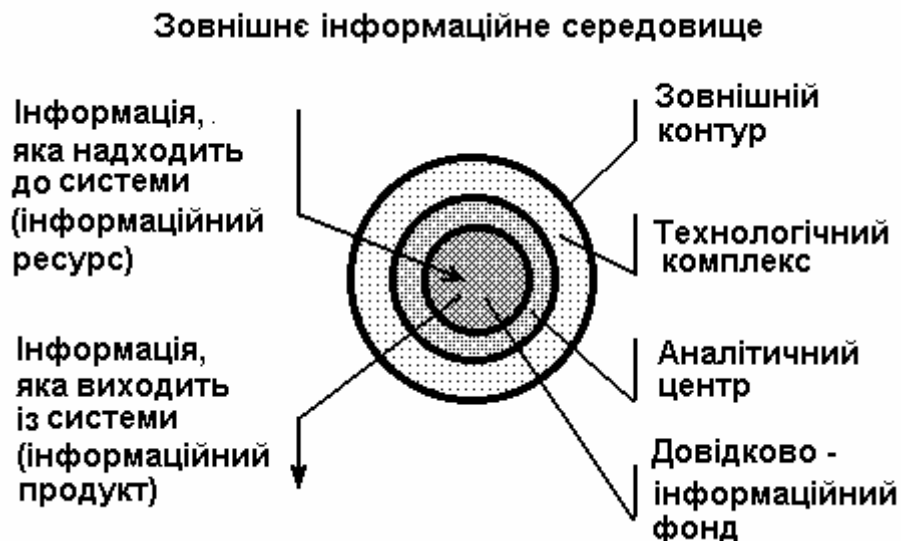


Рис. 2. Інформаційно-технологічний простір системи інформаційного забезпечення організації

Зовнішній контур забезпечує структурування впливу зовнішнього середовища, забезпечує можливість надходження інформаційних ресурсів до системи і запобігає її руйнуванню від зовнішнього впливу.

На вході забезпечується захист від несанкціонованого доступу до внутрішньої інформації системи, сумісність із зовнішнім середовищем (системним, апаратним, інформаційним, юридичним), селекція інформації, розподіл інформації внутрішніми каналами.

На виході забезпечується блокування несанкціонованого виходу інформації з системи, забезпечується сумісність із зовнішнім середовищем, забезпечується можливість передавання інформації заданими каналами.

У загальному вигляді структура інформаційних процесів на підприємстві складається з таких підсистем [13]:

1. *Первинне інформаційне середовище* (інформаційне поле).
2. *Вхідний інформаційний фільтр*. Система відбирає з первинного інформаційного середовища вихідний матеріал для опрацювання. Суттєву роль відіграє вибір принципу фільтрації цього середовища, який дозволить розумно обмежити обсяг вхідного потоку суттєво не втративши при цьому в обсягу інформації.
3. *Подання інформації всередині системи*. Це найбільш складний етап обробки, коли вхідна інформація перетворюється в інформаційну структуру, зручну для використання користувачем.
4. *Формування вторинного інформаційного середовища* є завершальним етапом внутрішньої інформаційної обробки.
5. *Аналіз реакції користувача*. У реакції користувача опосередковано критерії якості інформаційної діяльності.

Управління всіма видами інформаційних ресурсів, використовуваних у діяльності організації, потребує розв'язання таких завдань:

- управління опрацюванням і рухом інформації;
- управління використанням інформації.

Розрізняють чотири **види інформаційних потоків** у організації:

1. Обмін між організацією та зовнішнім середовищем (маркетинг, реклама, зв'язки з громадськістю).
2. Міжрівневий обмін інформацією в організації:
 - нисхідні потоки інформації, якими повідомляють підлеглим про поточні завдання, конкретні доручення, зміну пріоритетів та ін.;
 - висхідні потоки інформації – звіти про виконання завдань, пропозиції з удосконалення технології та ін., за допомогою яких керівництво інформують про поточні та можливі проблеми, про можливі варіанти рішень.
3. Горизонтальний обмін інформацією:
 - наради керівників суміжних підрозділів, задіяних у виконанні спільних завдань;
 - наради керівників підрозділів, які мають схожі виробничі завдання;
 - робота у межах робочих груп (управління проектом).
4. Неформальний обмін інформацією:
 - обговорення виробничих питань під час неформальних зустрічей (під час обідньої перерви, святкових заходів та ін.);
 - чутки, основною причиною яких є дефіцит офіційної інформації. Дослідження свідчать, що чутки бувають на 80-90% точними (за винятком випадків занадто емоційно забарвленої інформації). Чутки є надзвичайно впливовим чинником.

Бар'єри на шляху інформаційних потоків у організації

1. *Викривлення повідомлень*:
 - ненавмисні викривлення, викликані проблемами у

міжособистісному спілкуванні, а також можливими помилками персоналу при обліку і опрацюванні інформації

- навмисні викривлення, коли носій повідомлення не згоден з ним і змінює зміст повідомлення у власних інтересах. Проблеми при обміні інформацією можуть створювати конфлікти між різними групами та відділами організації. До викривлень інформації відноситься також її фільтрація. При передачі інформації зверху вниз основний мотив фільтрації висловлюється таким чином: “їх це не стосується”. При передачі інформації знизу вверх існує тенденція повідомляти керівництву тільки хороші новини.

2. *Інформаційні перевантаження.* Керівник, зайнятий опрацюванням інформації, що надійшла, і необхідністю підтримувати інформаційний обмін, не в змозі ефективно реагувати на всю інформацію, яка надходить і вимушений відсіювати менш важливу інформацію. Оцінка керівником важливості інформації може виявитись помилковою.

3. *Незадовільна структура організації.* Оскільки при передачі інформації з одного рівня управління на інший в результаті корегування і фільтрації втрачається приблизно третина її обсягу, найбільш ефективно керованими вважаються організації з невеликою кількістю рівнів управління і каналами відносно прямого інформаційного обміну.

Серед *заходів з удосконалення процесів обміну інформацією* можна назвати:

1. Регулювання інформаційних потоків – інформація повинна бути структурована за певними категоріями, повинні бути виявлені споживачі кожної категорії інформації і канали її одержання.

Одним з можливих способів широкого інформування працівників про діяльність підприємства є інформаційні бюлетені, які можуть розповсюджуватись як у друкованому вигляді, так і за допомогою сучасних інформаційних технологій.

2. Організація системи зворотнього зв'язку, за допомогою якої орган управління одержує інформацію про поточний стан об'єкта управління.

3. Сучасні інформаційні технології.

Сучасні концепції управління інформаційною діяльністю на підприємствах широко застосовують ідеї інформаційної логістики¹ для побудови моделей інформаційної діяльності підприємства, які відображають взаємозв'язки між інформаційними потоками. Впровадження комп'ютерних технологій дозволяє застосовувати менеджмент ділових процесів (Workflow Management), який представляє собою управління інформаційною логістикою на базі комп'ютерної технології і має на меті забезпечення діяльності з виконання господарських

¹*Інформаційна логістика* – це 1. Система управління інформаційними потоками, які забезпечують виробничо-господарські процеси на підприємстві; 2. Комплекс заходів з метою управління виробництвом інформації, її рухом і одержанням з мінімальними витратами.

завдань необхідною інформацією відповідного виду, об'єму, якості, у відповідні терміни і у відповідному місці.

Застосування цих концепцій дозволяє побудувати *інформаційну модель організації*, яка є схемою потоків інформаційних повідомлень, використовуваних у процесі управління, відображає різні процедури виконання функцій управління організацією і пов'язує кожне завдання з вхідними і вихідними документами. Теорія і методика інформаційного



забезпечення і документування управлінських процесів, управління документацією (в тому числі електронною) потребує вивчення самої схеми управління, змісту управлінських зв'язків, впливу управлінської дії суб'єкта, що керує, на керований об'єкт, а також проблем, пов'язаних із наступним користуванням документами у їхньому динамічному стані, тобто потребує застосування *методології інформаційного менеджменту*. Вирішення проблем, пов'язаних із технічним, технологічним, лінгвістичним забезпеченням потребує застосування *методології інноваційного менеджменту, стратегічного менеджменту і менеджменту проектів*.

Планування і розробка систем управління інформаційними ресурсами і потоками ґрунтуються на етапах життєвого циклу інформаційного ресурсу, модель якого представлена на рис.3.

Рис. 3. Життєвий цикл інформаційного ресурсу

Життєвий цикл інформаційного ресурсу визначає цикл взаємодії фахівця і системи:

- визначення цілей (особистих, корпоративних, суспільних) і змісту інформації, необхідної для їх досягнення;
- створення, збирання, зберігання і пошук інформації;

- передавання інформаційних ресурсів користувачам і їх використання;
- оновлення у процесі використання, пов'язане з оновленням властивостей, якостей, підвищенням продуктивності, інших ознак;
- утилізація та ліквідація.

Типовими завданнями є виконання основних функцій менеджменту, таких як планування, організація, координація, контроль.

Розглянемо, які функції менеджменту виконуються на кожному з етапів **життєвого циклу інформаційного ресурсу**.

Таблиця 2.

Функції менеджменту на етапах життєвого циклу інформаційного ресурсу

Етапи життєвого циклу інформаційного ресурсу	Функції менеджменту	Зміст
Визначення цілей	Планування	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз інформаційних потреб організації; - аналіз інформаційних потоків і масивів даних; - розробка планів інформаційної роботи; - планування діяльності служби документаційного забезпечення управління;
	Організація	<ul style="list-style-type: none"> - створення умов для зберігання нормативної, довідкової та архівної інформації; - організація інформаційного забезпечення діяльності фірми та її співробітників;
	Контроль	<ul style="list-style-type: none"> - контроль впровадження інформаційних систем організації згідно з визначеними цілями;
Збирання і створення, зберігання, пошук, передача повідомлень і даних	Планування	<ul style="list-style-type: none"> - вивчення потреб працівників підприємства в інформації; - аналіз інформаційних потоків і масивів даних; - аналіз перспектив розвитку галузі; - планування діяльності служби документаційного забезпечення управління;
	Організація	<ul style="list-style-type: none"> - організація добору та прийому на роботу персоналу для роботи з інформаційними системами, організація умов його роботи, підвищення кваліфікації; - пошук зовнішньої інформації, яка відповідає потребам організації; - організація комп'ютерної переробки інформації; - впровадження, ведення і розвиток системи документації; - забезпечення підрозділів і окремих працівників необхідною інформацією;
	Контроль	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за надходженням інформації;

Етапи життєвого циклу інформаційного ресурсу	Функції менеджменту	Зміст
		- контроль за станом діловодства у структурних підрозділах;
Використання інформаційних ресурсів	Планування	- аналіз інформаційного забезпечення комп'ютерних систем організації; - аналіз функціонування служби документаційного забезпечення управління; - участь у постановці задач, проектуванні, удосконаленні (в частині інформаційного забезпечення) автоматизованих інформаційних систем; - видання інформаційних матеріалів, каталогів, проспектів; - планування архівування і збереження інформації;
	Організація	- забезпечення підрозділів і окремих працівників необхідною інформацією; - створення умов для зберігання нормативної, довідкової та архівної інформації; - організація управління інформаційними ресурсами; - проведення нарад, семінарів, виставок; - видання інформаційних матеріалів, каталогів, проспектів; - знищення інформації, згідно розкладу зберігання;
	Контроль	- контроль і підтримка функціонування системи безпеки інформації у комп'ютерній системі; - контроль ефективності використання інформаційних матеріалів;

Сферу діяльності інформаційного менеджера можна представити як систему, що складається з таких підсистем: *документно-інформаційні ресурси – управління інформаційною діяльністю – комунікації*. Завдання діяльності спеціалістів сформульовано відповідно циклу взаємодії фахівця і системи і наведено в табл. 3-5.

Таблиця 3.

**Підсистема: Документно-інформаційні ресурси
Планування**

Типове завдання діяльності	Уміння
- планування комплексу інформаційних ресурсів для забезпечення цілей діяльності організації - визначення оптимального обсягу і	- визначення узагальненої тематики інформації, необхідної для вирішення завдань діяльності організації; - проектування інфологічної схеми бази

<p>безперервності інформаційних потоків;</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуризація і впорядкування управлінських інформаційних потоків; - проектування уніфікованих систем документації; - регулювання систематизації даних у інформаційному масиві, диференціація його за видами, сферами управлінської діяльності, типам управлінських задач і проблем, доступом користувачів - надійне зберігання і оперативний вибірковий доступ до великих масивів документальної і довідкової інформації; - розробка проектних рішень щодо вдосконалення документаційного забезпечення управління - аналіз інформаційних потреб та інформаційне забезпечення користувачів - аналіз інформаційних потоків і масивів даних; - аналіз перспектив розвитку галузі 	<p>даних</p> <ul style="list-style-type: none"> - застосовувати стандарти з метою структуризації і впорядкування зберігання інформаційних ресурсів і доступу до них; - застосовувати міжнародні стандарти опису інформаційних ресурсів; - застосовувати відповідну стратегію пошуку у масивах документальної і довідкової інформації; - здійснювати аналіз і синтез інформації - проводити експертизу цінності документів, підготувати їх до архівування або знищення - уточнення складу і структури інформаційних матеріалів, створюваних для забезпечення управлінських рішень; - уміти проводити системний аналіз документних потоків структурних підрозділів і визначати можливості їх автоматизації. - пошук інформації у документно-інформаційних системах відповідно до запитів користувачів інформації
---	--

Організація

Типове завдання діяльності	Уміння
<ul style="list-style-type: none"> - підтримка процесів діловодства, контролю місцезнаходження, стану виконання документів, підтримка моніторингу проблемних ситуацій по інформації, яка міститься у документах; - організація інформаційного забезпечення діяльності організації і її співробітників; - створення умов для зберігання нормативної, довідкової та архівної інформації; - автоматизована підтримка технологічних процедур роботи з документами: реєстрації, сортування, розмноження, редагування, друку, оформлення, видання та ін.; - розробка організаційних і нормативно-методичних документів з документаційного забезпечення управління 	<ul style="list-style-type: none"> - володіти методами проектування системи підготовки і використання інформаційних ресурсів; - володіти навичками і методикою формування і використання різноманітних баз даних і баз знань, банків даних, проблемно-орієнтованих, тематичних систем; - уміти здійснювати пошук документів в інформаційно-пошукових системах з інтерактивним режимом роботи - уміти здійснювати переклад, редагування наукової і інформаційної літератури; - забезпечувати створення умов для зберігання нормативної, довідкової та архівної інформації;

Контроль

Типове завдання діяльності	Уміння
<ul style="list-style-type: none"> - контроль використання інформаційних ресурсів; - контроль обробки інформації; - контроль виконавчої дисципліни; - захист даних та інформації. 	<ul style="list-style-type: none"> - зберігати документну інформацію в інформаційних системах; - володіти методами оцінювання ефективності використання інформаційних матеріалів; - володіти методами контролю виконання нормативних вимог при роботі з інформацією; - здійснювати контроль місцезнаходження і стану виконання документів

Таблиця 4.

Підсистема: Управління інформаційною діяльністю
Планування

Типове завдання діяльності	Уміння
<ul style="list-style-type: none"> - розробка стратегічних напрямів розвитку інформаційної діяльності організації, забезпечення конкурентоспроможності; - розробка і впровадження нововведень; - планування розвитку організації з урахуванням впровадження нових інформаційних технологій; - здійснення соціально-психологічного регулювання в трудових колективах 	<ul style="list-style-type: none"> - застосовувати теорію наукової організації, планування розвитку і проектування систем управління; - володіти системною концепцією організації інформаційної діяльності на підприємстві на основі інформаційної технології і створення інформаційної системи як системи, що створює інформаційний ресурс і умови для його ефективного використання; - володіти методами нормування праці в інформаційних службах; - володіти методами підбору і розстановки кадрів в інформаційних службах

Організація

Типове завдання діяльності	Уміння
<ul style="list-style-type: none"> - поєднання усіх видів інформаційних ресурсів з метою досягнення цілей діяльності; - організація процесів управління інформаційною діяльністю; - організація ділових контактів підприємства із зовнішнім середовищем - розробка раціональних форм інформаційного забезпечення управління; - оцінка значущості окремих напрямів діяльності організації на певних етапах 	<ul style="list-style-type: none"> - володіти методами створення і управління інформаційним середовищем організації; - володіти методами створення центрів інформаційного аналізу, діагностики, експертизи, прогнозування і інформаційно-аналітичного моніторингу; - володіти методами менеджменту персоналу для мотивації впровадження інформаційних технологій; - матеріальне стимулювання в

розвитку з метою їх інформаційного забезпечення з використанням комп'ютерних систем	інформаційних службах - визначати цілі інформаційної діяльності
---	--

Контроль

<i>Типове завдання діяльності</i>	<i>Уміння</i>
<ul style="list-style-type: none"> - контроль використання інформаційно-ресурсного потенціалу підприємства; - контроль форм і методів подання інформації користувачам віртуального середовища; - контроль структури зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків; - оцінка якості інформації, що надходить із зовнішнього середовища і застосовується для прийняття управлінських рішень 	<ul style="list-style-type: none"> - уміти виявляти проблеми інформаційно-документаційного забезпечення з урахуванням новітніх досягнень інформаційних технологій; - володіти методами проектування автоматизованих систем обліку, реєстрації, контролю документів

Таблиця 5.

Підсистема: Комунікації Планування

<i>Типове завдання діяльності</i>	<i>Уміння</i>
<ul style="list-style-type: none"> - застосування інформаційних технологій для здійснення ефективних комунікацій як всередині організації, так і з зовнішнім середовищем; - визначення раціональної конфігурації комунікаційних мереж; - планування зовнішніх і внутрішніх комунікацій, підтримка доступу до віддалених інформаційних джерел і фондів; - оцінка ефективності основних каналів надходження інформації; - аналіз і планування номенклатури інформаційної продукції і послуг, які надходять від організації у зовнішнє середовище; - вивчення потреб працівників підприємства у зовнішній інформації; 	<ul style="list-style-type: none"> - володіти методами менеджменту для організаційно-психологічного проектування впровадження інформаційних технологій; - оцінювати інформаційно-ресурсний потенціал підприємства; - володіти методами аналітико-синтетичної переробки інформації; - прогнозувати інформаційний попит; - уміти оптимізувати форми і диверсифікувати методи представлення інформації користувачам віртуального середовища; - уміти застосовувати сучасні засоби телекомунікацій з метою представлення підприємства у зовнішньому середовищі; - володіти методами вивчення характеру і структури зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків; - оцінювати якість інформації, що надходить із зовнішнього середовища і застосовуються для прийняття управлінських рішень; - володіти методами розробки інформаційна структура INTRANET-сервера

Організація

<i>Типове завдання діяльності</i>	<i>Уміння</i>
<ul style="list-style-type: none"> - організація комунікацій у глобальному інформаційному середовищі мережі Інтернет: організація ділових контактів за допомогою мережі, участь у проектах із створення “віртуальних корпорацій”, “електронних бібліотек”; - адаптація інформаційних ресурсів підприємства до розповсюдження їх через глобальні інформаційні мережі 	<ul style="list-style-type: none"> - уміти проектувати WWW-сторінки для доступу до інформаційних ресурсів організації; - володіти методами адаптації інформаційних ресурсів підприємства до розповсюдження їх через глобальні інформаційні мережі; - володіти методами інформаційного наповнення WEB-сайта маркетинговою, рекламною, бібліографічною інформацією, повнотекстовими базами даних; - здійснювати пошук інформації в мережі Інтернет з метою задоволення інформаційних потреб користувачів інформації; - здійснювати розробку рекламно-інформаційних матеріалів для розміщення їх в мережі Інтернет

Контроль

<i>Типове завдання діяльності</i>	<i>Уміння</i>
<ul style="list-style-type: none"> - інформаційно-аналітичний моніторинг документного потоку мережі Інтернет; 	<ul style="list-style-type: none"> - уміти здійснювати контроль якості і достовірності інформації, що циркулює всередині організації і тієї, що надходить із зовнішніх джерел

Практичне завдання

Використовуючи традиційні інформаційні джерела і ресурси мережі Інтернет виконати інформаційний пошук стосовно предметної галузі “інформаційний менеджмент”, дослідити семантично пов’язані галузі. Укласти аналітичну довідку щодо одержаного семантичного спектру проблеми (3-4 стор.).

Соціально-психологічні особливості інформаційно-управлінської діяльності

Особливість комунікативної діяльності породження інформації полягає в тому, що вона безпосередньо спрямована на задоволення не індивідуальних потреб суб’єкта, а на потреби інших людей, тобто суспільні потреби.

Діяльність в системі "інформація-користувач" забезпечується за допомогою комп’ютерно-інформаційних систем і відбувається в сучасних

умовах в комунікаційній системі "інформація - комп'ютерно-інформаційна система - користувач інформації".

З урахуванням вищевикладеного визначимо *систему інформаційного забезпечення* як взаємопов'язану сукупність заходів, спрямованих на забезпечення інформаційної діяльності, що включає сукупність інформаційних процесів, спрямованих на виконання забезпечуючих інформаційних функцій, поєднаних у логічно послідовну, цілеспрямовану систему, виконуваних із застосуванням комп'ютерних систем в широкому спектрі інформаційних завдань.

Комунікація є змістовним аспектом соціальної взаємодії, однією з найбільш загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи і управлінську. Комунікації - це всепроникаючий і складний процес, який включає людей, які розмовляють під час особистого спілкування або в групах, по телефону, які читають або складають службові і приватні документи. Таким чином, комунікація розглядається як спілкування за допомогою слів, літер, символів, жестів і як спосіб, за допомогою якого виражається відношення одного працівника до знань і понять іншого, досягається довіра, взаємосприйняття поглядів та ін.

Іншими словами, комунікації - це обмін інформацією, на основі якого керівник одержує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень і доводить прийняті рішення до працівників організації. Якщо комунікації налагоджені неефективно, рішення можуть виявитись помилковими.

В своїй основі процес комунікацій представляється як процес руху інформації "*відправник - канал - одержувач*", реального або потенційного зв'язку у формі діалогу, а також впливу на керований об'єкт, яке досягається у результаті обміну повідомленнями. Для вдосконалення комунікацій в організаціях необхідно чітко визначити потребу в інформації кожного структурного підрозділу, регулювати інформаційні потоки відповідно до вирішуваних завдань.

Основною властивістю, яка характеризує користувача інформації в системі управління, є його інформаційна потреба, яка, перш за все, визначається його професійною діяльністю. В системі управління існує:

- наявність проблемної ситуації в діяльності суб'єкта, для вирішення якої йому необхідна інформація;
- стан потреби суб'єкта, який свідчить про усвідомлення суб'єктом даної проблемної ситуації;
- моделювання діяльності у свідомості суб'єкта;
- приблизні уявлення, ґрунтуючись на яких суб'єкт міг би спрямовувати свою діяльність з пошуку інформації;
- "зустріч" стану потреби з відповідним йому предметом – як на внутрішньому рівні – у свідомості, так і на зовнішньому рівні – в процесі вибору необхідної інформації з масиву документів.

Діяльність є основою формування інформаційних потреб, визначає їх природу і зміст. Теорія інформаційних потреб спирається, перш за все, на загальну теорію потреб і на взаємовідношення між потребою і діяльністю, зокрема, на такий бік їх взаємодії: виникнення потреби з діяльності, діяльність створює потреби, які, в свою чергу, стимулюють нову діяльність. Ефективність задоволення професійної потреби в інформації проявляється по мірі актуалізації спожитої інформації в діяльності користувачів інформації.

Поняття “інформаційна потреба” є інтегрованим. Крім об’єктивних інформаційних потреб, обумовлених посадовими обов’язками користувача інформації, слід враховувати і суб’єктивні аспекти формування інформаційних потреб, які можуть бути викликані особистою метою користувача інформації (навчанням у вузі, схильністю до винахідництва), тобто пов’язані з матеріальними, престижними, психофізіологічними та іншими факторами, які впливають на особистість. Оскільки інтереси суспільного виробництва апріорі впливають як на професійні, так і на особисті інтереси користувача інформації, умовно можна вважати, що інформаційна потреба формується шляхом взаємодії професійних і особистих інтересів. Задоволення інформаційних потреб є важливим фактором мотивації в системі управління: “Соціальною психологією встановлено, що серед потреб людини важливу роль відіграє потреба в пізнанні, в інформації. Поінформованість працівника може служити одним із суттєвих факторів мотивації, які визначають його задоволеність роботою. І, навпаки, нестача необхідної інформації призводить до емоційного неспокою і збудження” [27, с. 181].

Спеціалісти, які виконують диференційоване інформаційне забезпечення управління, повинні бути добре знайомі з управлінським циклом і уміти на основі наукового аналізу прогнозувати можливість виникнення проблемної ситуації у виробничій системі. Надання особі, що приймає рішення, інформаційно-аналітичного продукту, який є не просто впорядкованим набором окремих фрагментів проблемної галузі, а цілісною картиною, яка відображає об’єкт управління у зручному для сприйняття ракурсі, містить пропозиції варіантів альтернативної поведінки і можливих наслідків, дає можливість сприймати об’єкт управління у його динаміці.

Задоволення інформаційної потреби працівників у процесі управлінської діяльності також можна представити у вигляді своєрідного циклу “дослідження – підготовка - використання інформації”. В цьому циклі існують два взаємопов’язані напрями: робота з інформаційними матеріалами і взаємодія із користувачами інформації, при чому цей зв’язок опосередковується застосуванням комп’ютерних технологій для збирання, зберігання і розповсюдження інформації.

Діяльність з відбору інформації в управлінській праці завершується фіксацією одержаної і систематизованої інформації на певні носії, введення до комп’ютерів, представлення у вигляді аналітичних оглядів, баз даних,

розрахунків, діаграм, які використовуються для прийняття управлінських рішень.

Дослідження соціально-психологічних аспектів інформаційного управління ґрунтується на дослідженнях соціально-психологічних аспектів управління взагалі. Система управління в її ієрархічній будові - це соціально-психологічний простір із стосунками (діловими та особистими), які регулюють діяльність людей, з системою професійних і міжособистісних ролей, з організаційним підпорядкуванням цілей і завдань, з функціональною спеціалізацією та порівняною самостійністю підрозділів, комунікацією, координаційною цілісністю тощо.

Як зазначається в роботі [27, стор.179]: *"Поведінка, якої очікують від людини в її соціальній ролі, визначається як організаційно-технічними, так і соціальними аспектами. Організаційно-технічні аспекти визначаються технологічним процесом, організаційними структурами виробництва і управління, внутрішнім і зовнішнім формальним статусом, реальною виробничою ситуацією. Соціальні аспекти визначаються оточуючими людьми, вони значною мірою є відображенням організаційно-технічних аспектів, але не зводяться до них"*. Тому для забезпечення ефективних комунікацій в системі управління необхідно досліджувати соціальну психологію організації, факти свідомості, тобто визначати важливість інформації для членів колективу, ступінь їх задоволеності нею, відношення до комунікаційних каналів. Технологічний аспект психологічної поведінки користувачів інформації в системі управління сьогодні значною мірою визначається впровадженням і функціонуванням комп'ютерних інформаційних систем.

Оскільки соціально-психологічний простір управління інформаційними потоками в організаціях охоплює функціональну структуру апарату управління, його інформаційне забезпечення на основі визначення інформаційних потреб для досягнення спільної мети, необхідно враховувати психологічні аспекти мотивації трудової діяльності окремої особистості або групи людей, спрямованої на досягнення мети організації через ефективне прийняття рішень.

Аналіз психологічних особливостей як менеджменту взагалі так і окремих його типів свідчить, що з соціально-психологічної точки зору управління інформаційними потоками в організації є типом управління, що пов'язаний із задоволенням об'єктивних і суб'єктивних інформаційних потреб спеціалістів в процесі здійснення ними професійної діяльності. Результатом задоволення інформаційних потреб є ефективність процесу прийняття рішень, зникнення комунікаційних "бар'єрів" і, як наслідок, психологічна мотивація трудової діяльності, спрямована на досягнення мети організації.

Професійні комунікації в галузі управління інформаційними потоками організації з використанням комп'ютерних інформаційних

систем детерміновані багатьма чинниками різного ступеню спільності і інтенсивності свого впливу, серед яких організація соціальних і міжособистісних відносин, підтримка психологічного клімату спілкування, менеджмент персоналу для мотивації впровадження комп'ютерних технологій та ін., які в сукупності характеризують соціально-комунікативну ситуацію, в якій працює спеціаліст.

Підвищена інноваційність процесів, пов'язаних з інформатизацією підприємств і організацій істотно впливає на соціально-комунікативну ситуацію в організації, призводить до ускладнення структур діяльності, їх диверсифікації, і з психологічної точки зору потребує підвищення індивідуальної творчої активності всіх членів колективу.

Колектив підприємства є складним об'єктом інформування: інформаційні аспекти тісно переплітаються з соціально-психологічними, що потребує вміння працювати з людьми, знати правила спілкування (в тому числі, через документи), мати навички формування малих груп і колективів. В процесі здійснення інформаційної діяльності необхідна як диференціація колективу, в результаті якої можуть бути об'єднані в групи ті його члени, які мають ідентичні постійні інформаційні потреби, так і інтеграція колективу як активного суб'єкта впровадження нових інформаційних технологій і систем.

Серед завдань діяльності інформаційного менеджера завдання і ціль управління інформаційним середовищем полягають у створенні комфортних умов для творчої діяльності людини [68]. Сама категорія "комфортності" є прагматичною. Різні користувачі інформації по-різному уявляють собі комфорт, який їм забезпечує інформація. Можна виділити дві протилежні установки користувача. При одній з них найкращою визнається та, за якої здійснюється інформаційне забезпечення при умові повно і точно описаної конкретної інформаційної потреби даного користувача, а відчуття користувачем комфортності забезпечується впевненістю в тому, що він одержав повну і досить точну інформацію, що йому не доведеться витратити зусиль на пошук додаткових матеріалів і відсіювання непотрібного.

Протилежна установка полягає в тому, що користувач відчуває комфортність від можливості самому розібратись в інформації, можливістю доступу до відкритих потенційних інформаційних ресурсів, що збільшує можливість особистого вибору [88].

Більшість користувачів починає користуватись можливостями прямого доступу до інформації з робочого місця тільки у тому разі, коли зможе розраховувати на отримання дійсно необхідної інформації, з прийнятною оперативністю, за наявності дружнього інтерфейсу і досить простих правил користування. Це створює передумови для подолання упереджень проти інновацій у процесі праці, психологічних бар'єрів. Тиск на співробітників, створюваний на підприємстві, примушення їх до

використання інформаційних систем у багатьох випадках призводить до появи так званих “вимушених користувачів”. Однак, це може створювати передумови і для реалізації потенціалу у тих користувачів, які раніше скептично ставились до інформаційних систем. Тому серед завдань інформаційного менеджера – надання методичної та консультативної допомоги користувачам інформації.

В колективах, як об’єктах інформаційного забезпечення, часто виникає проблема співвідношення і значення організаційно оформленої (так званої “формальної”) комунікації і такої, що не має організаційного оформлення (так званої “неформальної”).

Кінцева ефективність будь-якої форми системи інформаційного забезпечення значною мірою залежить не тільки від того, наскільки ефективними будуть збирання, пошук і видача інформації, а і від ефективності використання одержаної інформації. Тут важливим є і те, як і якими шляхами видана інформація дійде до конкретного користувача. До користувача необхідна інформація надходить часто через неформальних консультантів, тобто повз організаційно оформлені канали. Проведені соціальними психологами дослідження комунікативних процесів засвідчили, що у різноманітних соціальних групах виникає певна *спеціалізація комунікативних функцій*. Це – одна з форм прояву широко відомого неформального розподілу ролей всередині будь-яких соціальних груп і колективів, у яких поряд з виконанням формально встановлених обов’язків зазвичай майже кожен її член виконує і деякі інші функції, обумовлені не штатним розкладом, а внутрішньою розстановкою сил саме в даній групі.

Із впровадженням комп’ютерів і засобів телекомунікацій з’явився новий соціальний феномен – групи людей, які з тих чи інших причин відносно добре обізнані із сучасним апаратно-програмним забезпеченням і виступають неформальними консультантами в галузі нових технологій. Це можуть бути професіонали, які застосовують засоби комп’ютеризації в різних галузях виробництва, професійно пов’язані з комп’ютерною технікою, або персонал, який тією чи іншою мірою бере участь у наданні комп’ютерних послуг, або ті, хто використовують комп’ютерні технології як допоміжний засіб у своїй професійній діяльності або використовують комп’ютер як розвагу, хобі.

За результатами досліджень, наведених в роботі [84], ще близько 1950 р. було виявлено у різних групах “спеціалістів із зовнішніх зв’язків”, яких було названо “*gatekeepers*” (в буквальному перекладі - “*привратниками*”). Їх рольовою функцією було визначено підтримку комунікативних зв’язків з іншими, зовнішніми, відносно даної, групами. Вони більш-менш одноосібно володіють деякими або навіть всіма каналами, за якими надходять і видаються назовні повідомлення і, звичайно, такий неформальний консультант або інформаційний посередник більше

поінформований, ніж будь-хто з інших членів групи. Ця обставина хоча і не забезпечує її носію особливого впливу, але сприяє підвищенню його соціального статусу, при чому соціальний статус неформального посередника тим вище, чим менш доступна його інформація для інших членів групи. З широким використанням мережі Інтернет, як засобу доступу до інформаційних ресурсів, виникає проблема пошуку інформації в мережі, і відповідно, виникає категорія людей, які володіють навичками пошуку в мережі, умінням виробити стратегію пошуку, знають ресурси мережі. За умов широкого застосування мережі Інтернет у всіх сферах – культурі, освіті, науці, дозвіллі - термін “gatekeepers”, який раніше застосовувався до неформальних інформаційних посередників, набуває оновленого значення, а їх група набуває ознак впорядкованості. Сьогодні термін “gatekeepers” входить до обігу як синонім терміну “інформаційний посередник з пошуку в мережі Інтернет”.

До завдань діяльності інформаційного менеджера входить зробити формальні і неформальні комунікації взаємодоповнюваними, а не конкуруючими елементами системи інформаційного забезпечення. Інформаційний менеджер повинен організовувати оперативне надходження зовнішньої і внутрішньої інформації до користувачів, володіти методами інтерактивного пошуку, визначати структуру системи комунікацій в організації.

Існування, характер і особливості неформальних комунікацій всередині кожного колективу необхідно враховувати при створенні автоматизованої інформаційної інфраструктури підприємства та інформаційному забезпеченні користувачів інформації.

Недостатня або неадекватна подальшому етапу розвитку комунікативна організація групи гальмує її розвиток, підриває життєздатність, що призводить до дестабілізації системи і потребує впровадження нових комунікативних засобів. Важливим аспектом цього процесу є вплив проекту з впровадження інформаційних технологій на повсякденну роботу персоналу: у ході реалізації проекту доводиться вносити зміни до організаційно-функціональної структури підприємства, стилю і методів діяльності співробітників, пред'являти нові вимоги до практики їх роботи і навичок. Стратегія формування автоматизованого інформаційного середовища повинна враховувати прогноз *емоційної реакції співробітників на нововведення* [4].

Негативне ставлення співробітників до нововведень може набувати різних форм – як явних, так і латентних (коли регламентовані операції начебто виконуються, але з байдужістю, яка виключає зацікавленість у якісному і оперативному виконанні роботи). Серед причин блокування співробітниками нових інформаційних технологій такі, як побоювання втрати своїх повноважень або ексклюзивності володіння інформацією, сумніви в можливості освоєння нових методів роботи, сприйняття

додаткових можливостей, які надає використання інформаційних технологій, як зайве навантаження.

Реакція персоналу на нововведення повинна бути передбачена менеджером, для чого має бути розроблена *тактика ослаблення протидії перетворенням*. Це може бути виконане шляхом:

- визначення рівня кваліфікації співробітників в галузі використання інформаційних технологій, який потрібен для реалізації нововведень;
- досягнення співробітниками розуміння необхідності перетворень;
- забезпечення активної участі персоналу в нововведеннях, застосовуючи методи менеджменту персоналу для мотивації впровадження інформаційних технологій.

Таким чином, можна сформулювати специфічні психолого-професійні особливості діяльності інформаційного менеджера (табл.6.).

Таблиця 6.

Психолого-професійні особливості діяльності інформаційного менеджера

Елемент структури діяльності	Зміст
Об'єкт діяльності	інформація, документ, різні соціальні групи і колективи з відповідними інформаційними проблемами
Мета діяльності	задоволення інформаційних потреб соціальних груп і колективів, окремих користувачів. створення безпосередньо або опосередковано "комфортних" умов для створення і використання інформації
Знаряддя діяльності	інформаційні технології як засіб створення, інформаційні системи як засіб функціонування інформаційно-комунікативного середовища
Умови діяльності	інноваційність діяльності

Складність і багатофункціональність управлінської діяльності в галузі впровадження і використання інформаційних технологій потребує від інформаційного менеджера відповідних особистісно-професійних якостей:

- знання і розуміння природи управлінської праці і процесів менеджменту;
- вміння використовувати сучасну інформаційну технологію і засоби комунікацій, необхідні в управлінському процесі;
- володіння мистецтвом управління людськими ресурсами;
- володіння мистецтвом налагодження зовнішніх зв'язків;
- здатність до самооцінки, вміння робити правильні висновки і постійно підвищувати кваліфікацію.

У сучасній літературі з менеджменту продовжується обговорення і уточнення вимог до менеджерів. Зокрема, англійські спеціалісти М.Вудвок і Д.Френсіс пропонують такий перелік [10]:

- здатність управляти собою;

- особисті цінності, чіткі особисті цілі;
- навичка вирішувати проблеми;
- здатність до інновацій;
- висока здатність впливати на оточуючих;
- знання сучасних управлінських підходів;
- здатність керувати;
- уміння навчати і розвивати підлеглих;
- здатність формувати і розвивати ефективні робочі групи.

Американські дослідники вважають, що успіх в управлінні потребує від менеджерів як мінімум трьох основних умінь:

- практичне (або технічне) уміння, яке передбачає володіння практичними предметами (інструментами, обладнанням), а також спеціальними виробничими знаннями, технологією та ін.;
- здатність мислити концептуально, яка включає перспективне чи стратегічне планування, формування відносин всередині організації, побудова корпоративних правил поведінки організації в суспільстві;
- знання людини – здатність працювати з людьми і серед людей, оцінювати мотиви, що їх спонукають, ефективно керувати.

Ефективна професійна діяльність забезпечується не тільки набуттям спеціальних знань і навичок, необхідних для тієї чи іншої спеціальності, а і наявністю ряду особистих якостей.

В дослідженнях особистісних якостей спеціалістів, такими, що є найбільш суттєвими для роботи в інформаційній службі, зазначаються:

- кваліфікованість у певній галузі науки і техніки;
- ерудиція, зрілість суджень, самостійність в роботі – оцінюється вірністю рішень, які приймаються інформаційним працівником самостійно у звичайних і “нештатних” ситуаціях;
- надійність узагальнення інформаційних матеріалів і ретельність їх інтерпретації;
- творча активність, працелюбність, ініціативність;
- здатність до співробітництва із користувачами інформації – висока комунікабельність;
- відчуття колективізму і емоційна сталість.

Практичне завдання:

Виконати дослідження соціально-професійних уподобань членів колективу і порівняти їх з такими ж дослідженням у США і Росії.

Основним інтегральним чинником, який позитивно впливає на професійну діяльність особистості, є привабливість для неї самої виконуваної роботи. Компонентами цього чинника є:

1. Чинники прийнятності (необхідні, але не достатні):
 - політика фірми і адміністрації
 - умови робочого оточення

- заробітна платня
 - міжособистісні відносини (в т.ч. з керівництвом)
 - ступінь безпосереднього контролю за роботою (рівень регламентації, концепція роботи за принципами досягнення заданих цілей, за принципом виконаних завдань тощо);
2. Мотиваційні чинники (достатні для підвищення продуктивності праці):
- досягнення визнаного особистого успіху;
 - просування по службі;
 - визнання результатів роботи;
 - високий ступінь відповідальності;
 - можливість творчого росту.

Для оцінки відносної значущості чинників привабливості роботи необхідно виконати ранжування чинників (за 10-бальною шкалою) і порівняти з результатами опитування працівників у США і Росії (табл. 7).

Таблиця 7

№ п/п	Чинники, які роблять роботу більш привабливою	Робить роботу більш привабливою		Стимулює працювати більш інтенсивно	
		США	Росія	США	Росія
1.	Робота без значних напружень і стресів	1	7	8	8
2.	Зручне розташування	2	5	9	4
3.	На робочому місці немає шуму і будь-яких забруднень оточуючого середовища	3	10	10	10
4.	Робота з людьми, які викликають симпатію	4	1	7	3
5.	Хороші відносини з безпосереднім керівництвом	5	3	5	7
6.	Достатня інформація про те, що взагалі відбувається у фірмі	6	8	3	6
7.	Гнучкий темп роботи	7	9	4	9
8.	Гнучкий робочий час	8	6	6	5
9.	Значні додаткові пільги	9	2	1	1
10.	Справедливий розподіл обсягів робіт	10	4	2	2

Виконати аналіз одержаних даних, пояснити результати.

Запитання для самоперевірки:

1. Назвати основні напрями розвитку наук інформаційно-комунікаційного циклу.
2. Назвати основні концепції інформаційного менеджменту, розкрити їх зміст.
3. Розкрити зміст “життєвого циклу” інформаційного ресурсу.

4. Назвати основні складові у системі діяльності інформаційного менеджера, розкрити зміст функцій менеджменту.
5. Назвати загальні вимоги до структури і функціональних властивостей організаційного інформаційно-технологічного простору.
6. Назвати основні моделі “електронних офісів”, розкрити їх зміст.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

Інформаційне забезпечення управління

Володіння достовірною і актуальною інформацією поряд з умінням ефективно використовувати адекватні методи її збирання, аналізу і надання, є основою успішної діяльності підприємств і організацій будь-якої організаційно-правової форми.

Диференціація попиту на всі види інформації – наукову, технічну, економічну, урядову, задоволення зростаючих інформаційних потреб є актуальним завданням у сфері управління. Інтуїтивні дії у цій сфері, відсутність інформаційної політики підприємства можуть призвести до неадекватних рішень і відчутних фінансових витрат.

Однією з особливостей управлінської праці є постійна необхідність прийняття рішень в умовах дефіциту часу. Процес вироблення і прийняття рішень в системі управління за суттю є інформаційним процесом. Рішення – це “згусток” інформації, спеціально зібраної, проаналізованої і опрацьованої суб’єктом управління. Рішення інформаційне за своєю сутністю, при чому являє собою констатацію нинішнього стану системи, синтез інформації про сьогоднішній день з інформацією про майбутнє, яке виражене у меті, яка поставлена перед системою.

Управління, як процес планування, організації, мотивації і контролю, передбачає наявність і єдність двох підсистем - керованої і керуючої.

Взаємодія об’єкта і суб’єкта управління - це, перш за все, *інформаційна взаємодія*. Завдяки обміну інформацією між суб’єктом і об’єктом управління система виробляє команди управління для підтримання своєї життєдіяльності і виконання поставлених перед нею цілей і потребує зворотнього зв’язку - надходження інформації про результати.

Тільки систематизована інформація дає можливість керівнику визначати ефективність організаційно-економічних, соціальних та інших заходів, а також залежно від умов, які складаються, змінювати накреслену програму. Чим краще поінформований керівник, тим більш оперативні і вищі за якістю його рішення.

Суб’єкт управління, виробляючи управлінські рішення, передає їх об’єкту управління, оформлюючи інформацію у вигляді організаційно-розпорядчих документів (положень, інструкцій, правил, наказів, постанов, рішень та ін.). Часто для одержання ефективного результату в процесі управління необхідна як усна, так і письмова взаємодія між суб’єктом і об’єктом, однак, для більшості процесів управління важлива наявність інформації, закріпленої на матеріальному носії.

Таким чином, результат управління залежить від того, наскільки продумано, систематично і професійно відбувається інформаційна взаємодія між суб'єктом і об'єктом управління.

Аналіз видів управлінської діяльності дозволяє визначити завдання, вирішувані в організації, і виконавців цих завдань. За ступенем інтелектуальності і складності завдання можна класифікувати:

Перший клас - найбільш прості завдання, які складаються з повністю формалізованих процедур і виконання яких, крім витрат часу, не становить ніякої складності для виконавців. Ці завдання стандартизуються і програмуються. До них відносяться контроль і облік, оформлення документів, їх тиражування, розсилка та ін. Такі завдання вирішуються практично всіма автоматизованими інформаційними системами.

Завдання цього класу, якщо вони використовуються для прийняття рішень, називаються завданнями прийняття рішень в умовах повної визначеності. При цьому випадкові і невизначені чинники відсутні.

Другий клас - більш складні завдання: прийняття рішень в умовах ризику, тобто в тому випадку, коли наявні випадкові чинники, для яких відомі закони їх впливу. Постанова і вирішення таких завдань можливі на основі методів теорії ймовірностей, аналітичного та імітаційного моделювання.

Третій клас завдань складають слабко структуровані завдання, які містять невідомі або невимірювані компоненти (кількісно не оцінювані). Для цих завдань характерна відсутність методів розв'язання на основі безпосереднього опрацювання даних. Постанова завдань базується на прийнятті рішень в умовах неповної інформації. У ряді випадків, на основі теорії нечітких множин і застосувань цієї теорії вдіється побудувати формальні схеми рішення.

Четвертий клас завдань складають завдання прийняття рішень в умовах протидії або конфлікту (наприклад, необхідно враховувати наявність активно діючих конкурентів). В завданнях цього класу можуть бути наявні випадкові чинники, для яких невідомі закони їх впливу. Постанова і вирішення таких завдань можливі (але не завжди) методами теорії ймовірностей, нечітких множин і теорії ігор.

П'ятий клас - найбільш складні завдання прийняття рішень, які характеризуються відсутністю можливості формалізації через високий ступінь невизначеності. До таких завдань відноситься більшість проблем прогнозування, перспективного планування.

Працівників офісу можна умовно поділити на такі групи відповідно до виконуваних ними завдань.

Перша група - керівники (генеральні директори, головні адміністратори, виконавчі директори, начальники відділів), які виконують, як правило, завдання четвертого і п'ятого класів. Творчий елемент їх роботи максимальний, а рутинний зміст мінімальний. Ці працівники несуть

найбільшу відповідальність за прийняття рішень і є основними користувачами узагальнених інформаційних ресурсів організації.

Основна форма діяльності керівника - ділове спілкування. Для керівника характерний такий розподіл часу протягом дня: ділові контакти - 47%, робота з документами - 29%, телефонні переговори - 9%, відрядження (поїздки) - 6%, аналіз проблем і прийняття рішень - 4%, інше - 5%.

Технологія діяльності керівника характеризується такими особливостями:

- при централізації прийняття рішень різко збільшуються обсяги інформації, зменшується час на обдумування і аналіз, зростає складність комплексного врахування всіх даних;
- виникає значна частка поточних задач, які не дозволяють зосередити увагу на стратегічних цілях;
- не враховується роль організаційної поведінки, вплив зовнішнього середовища і психологічних аспектів прийняття рішення;
- переважають проблеми, обумовлені звичками, досвідом, традиціями і іншими неформалізуемими обставинами;
- при прийнятті рішень керівник не завжди у змозі описати і навіть уявити досить повну модель ситуації, а керується лише деякими уявленнями про неї;
- діяльність керівника значною мірою залежить від стилю керівництва, від ступеню знань причин і наслідків, ясності уявлення взаємозв'язків обсягу наявної інформації.

Другу групу складають спеціалісти, які виконують завдання другого і третього класів і формують інтелектуальний базис установи. Для спеціалістів характерний такий розподіл часу протягом робочого дня: ділові контакти - 23%, робота з документами - 42%, телефонні переговори - 17%, аналітична робота - 12%, інше - 6%.

Ефективність функціонування установи в основному визначається продуктивністю діяльності спеціалістів, особливо у питаннях створення нової інформації. Спеціалісти забезпечують практично всю інформаційну підготовку для прийняття рішення керівником. Вони є основними виконавцями документів, визначають їх якість. Частка рутинної роботи різна і при раціональній технології повинна бути незначною.

Третя група - технічні працівники, які виконують всю рутинну роботу (завдання першого класу). Робота цих працівників регламентована, але не потребує розуміння змісту опрацьовуваної інформації. До цієї ж групи відносяться працівники, які мають суто виробничі навички (друкарки, оператори). Основний критерій продуктивності їх роботи - оперативність і своєчасність опрацювання без збоїв і помилок. Найбільш поліфункціональними працівниками є секретарі. Вони готують листи, накази, розпорядження та інші документи, копіюють і розсилають

документи, ведуть файли документів, здійснюють телефонні контакти, планують зустрічі і поїздки, організують "календарі" своїх керівників.

Для цієї групи працівників характерний такий розподіл часу: робота з документами - 69%, телефонні переговори - 20%, ведення обліку - 6%, інше - 5%.

Основний клас завдань, притаманний офісу - *документаційне забезпечення управління*. Незалежно від класу завдань, рішення будь-якого з них передбачає проведення великого обсягу типових офісних робіт, які включають:

- опрацювання вхідної і вихідної інформації: читання і відповіді на листи (як електронні, так і звичайні), написання звітів, циркулярів та іншої документації, яка може містити також малюнки і діаграми;
- збирання і подальший аналіз деяких даних, наприклад звітності за певні періоди часу за різними підрозділами або організаціями, яка задовольняє різним критеріям відбору;
- збереження інформації, яка надійшла, забезпечення швидкого доступу до неї і пошук необхідної у даний момент інформації.

Діяльність має бути чітко скоординована між особами, які її виконують; повинні бути забезпечені тісні зв'язки, які дозволяють обмінюватись інформацією у короткі терміни, а процес руху документів має бути ефективно організований.

Специфіка інформаційного менеджменту в системі управління вимагає системного підходу не тільки до аналізу первинної інформації, а і до її узагальнення у відповідності з циклічністю фаз (етапів) управлінського рішення, структурою органів управління, попереднім досвідом розв'язання проблемних ситуацій та ін.

Діяльність в галузі інформаційного менеджменту пов'язана з проведенням таких видів робіт.

1. Виявлення кола управлінських завдань, які розв'язуються як на рівні всієї організації, так і в кожному з її підрозділів.
2. Оцінка значущості окремих напрямів діяльності організації на певних етапах її розвитку.
3. Уточнення складу і структури інформаційних матеріалів, необхідних для забезпечення управлінських рішень.

Структуру прийняття управлінського рішення можна представити такою схемою (рис.4.).



Рис. 4. Структура прийняття управлінського рішення

Інформаційну складову управлінської праці становить збирання, зберігання, опрацювання і передача інформації. Через органи управління проходить велика за обсягом, різноманітністю і динамікою інформація. Одна її частина має безпосередньо управлінський характер, інша виражає взаємозв'язки державного апарату з суспільством, з його численними проявами і потребами, інтересами громадян. Інформацію, яка циркулює в органах державної влади, можна визначити як соціально-управлінську інформацію. Будь-який вид виробничо-економічної діяльності ґрунтується на відповідному *інформаційному забезпеченні*, в тому числі економічною, кон'юнктурною, науково-технічною, оглядово-аналітичною, фактографічною та іншою інформацією.

Визначення поняття “інформаційне забезпечення”, наведені в різних наукових джерелах, висвітлюють мету інформаційного забезпечення, його об'єкт, засоби здійснення, процесуально-діяльнісну та інформаційно-ресурсну складові:

Інформаційне забезпечення – сукупність процесів з підготовки та надання спеціально підготовленої інформації для вирішення управлінських, наукових, технічних та інших задач у відповідності з етапами їх розв'язування [9, с.21].

Інформаційне забезпечення – комплекс методів і засобів документаційного, фактографічного і концептографічного обслуговування, використовуваних для задоволення інформаційних потреб у конкретній науково-технічній ситуації або у вирішенні управлінських задач [72, с.15].

Інформаційне забезпечення управління – це організація цілеспрямованих масивів інформації і інформаційних потоків, яка включає збирання, зберігання, опрацювання і передавання інформації (в тому числі і з використанням комп'ютерних інформаційних систем) з метою аналізу одержаних результатів для підготовки, обґрунтування і прийняття управлінських рішень органами управління [21, с.6].

У загальному обсязі інформації, яка циркулює у складних суспільних системах відрізняють інформацію *безпосереднього* управління й інформацію *розвитку* системи [85]. Під інформацією безпосереднього управління розуміють відомості, які циркулюють по каналах конкретної

системи і використовуються для вирішення завдань, які стоять перед цією системою. Під інформацією розвитку системи розуміють відомості, які містять результати науково-технічних досягнень, які можуть бути використані для докорінної перебудови системи. Умовність цього поділу підтверджується конвергенцією на практиці зазначених видів діяльності, що викликано спільною структурою діяльності - об'єктом (документно-інформаційним ресурсом), технологією та іншими структурними компонентами. Виходячи з цього умовного поділу, діяльність спеціалістів в галузі документно-інформаційних ресурсів можна поділити на діяльність в галузі документаційного забезпечення системи управління або документування управлінської діяльності (document management) і діяльність в галузі інформаційно-аналітичного забезпечення (information management), які разом є складовими інформаційного забезпечення діяльності підприємства.

Очевидно, що організація інформаційної діяльності на підприємствах і інформаційного забезпечення управління є самостійним видом діяльності, а інформаційні підрозділи підприємств, будучи функціонально включеними до відповідних організаційних структур, виконують специфічні функції управління інформаційною діяльністю, системного аналізу інформаційних потоків і застосування методів інформаційної логістики до руху цих потоків як всередині організації, так і стосовно зовнішнього середовища.

Управлінську інформацію можна умовно поділити на три категорії:

- інформація *стратегічного планування* дозволяє вищому керівництву приймати рішення із встановлення довготермінових цілей, накопичення ресурсів для досягнення цих цілей і формулювати політику їх досягнення (може містити перспективні оцінки середовища, економічні прогнози і демографічні тенденції);
- *контрольна* управлінська інформація використовується менеджерами середнього рівня для координації різних підконтрольних їм дій, приведення ресурсів у відповідність із завданнями і розробки оперативних планів;
- *оперативна* інформація допомагає виконувати звичайні повсякденні операції) розрахунок заробітної платні і фінансові розрахунки та ін.

Ефективність будь-якої інформаційної системи значною мірою залежить від якості інформації, яка до неї вводиться. Необхідний рівень якості забезпечується шляхом фільтрації вхідного потоку інформації.

В сучасних інформаційних системах відбір інформації є обов'язковим етапом перетворення інформаційного потоку і потребує формулювання загальних і окремих *критеріїв відбору* інформації на вході інформаційної системи і визначення принципів відбору документів і відомостей для різних цілей інформаційного забезпечення.

Відбір інформації – це процес виділення з інформаційного потоку найбільш цінних документів, їх окремих частин або фактичних відомостей у відповідності з прийнятими критеріями.

Критерій відбору інформації – ознака або набір ознак, на основі яких приймається рішення про включення документа або його складових до інформаційної системи.

В цілому на процес збирання інформації, її систематизації впливають як індивідуальні особливості менеджера з управління інформаційними ресурсами, так і специфічні організаційні вимоги, які ґрунтуються на необхідності оперувати зібраною інформацією.

Людина, яка здійснює відбір інформації, активно переробляє інформацію, виконує сортування у відповідності із певною оціночною шкалою, наприклад, за значущістю, ступенем новизни та ін. При цьому процес відбору можна представити як процес послідовного прийняття рішення про можливість виділення з потоку груп документів, які відповідають певній сукупності ознак.

Оскільки від якості відібраної інформації залежить результативність рішень, що приймаються, необхідно врахування психологічних критеріїв відбору інформації:

- критерій *поліментності* - є основою для відбору такої інформації, яка викликає в людському мозку найбільшу кількість думок, призводить до виникнення декількох варіантів рішення завдання і створює велику вірогідність правильного і швидкого вибору найкращого варіанту її розв'язання;
- критерій *активності*, за яким відбирають інформацію, яка є значущою не з наукової або технічної точки зору, а з точки зору психології мислення, тобто таку, що обумовлює народження нових думок, активно впливає на творче мислення користувача інформації;
- критерій *евристичності* інформації – пов'язаний з критерієм активності, але є більш високою за якістю – спонукає людський мозок при її осмисленні створювати таку нову інформацію, яка дозволяє знаходити найкоротші шляхи вирішення проблеми, яка стоїть перед користувачем інформації. За критерієм евристичності відбирають таку інформацію, яка спрямовує хід думок користувача інформації до вирішення заданої проблеми;
- критерій *прогресивності* інформації – оцінюють і виділяють таку інформацію, яка веде до знань, які розкривають шляхи руху вперед в розвитку даної проблеми;
- *оптимальний мінімум* інформації як психологічний критерій відбору потребує такої кількості інформації, якого достатньо спеціалісту для оптимального вирішення завдання.

Види інформаційно-аналітичної діяльності

У системі управління існує значна кількість проблем, проблеми характеризуються інформаційною відкритістю і невизначеністю меж проблемної галузі, унікальністю кожної ситуації, високими вимогами до оперативності прийняття рішень за умови фрагментованості та протирічливості інформації і потребують *інформаційно-аналітичного забезпечення*.

До аналітичної діяльності відносять ті процедури і процеси інтелектуальної діяльності, які мають ознаки творчості, породжують нову інформацію, дозволяють виявляти нові проблеми або їх аспекти, пропонувати нетрадиційні способи їх вирішення .

Зростає інтерес управлінських структур до методів і засобів аналітичної роботи, посилюється роль різних видів експертизи (правової, фінансової, макроекономічної, міжнародної, науково-технічної та ін.).

Надання особі, що приймає рішення, аналітичного продукту, який є не просто впорядкованим набором окремих фрагментів проблемної галузі, а цілісною картиною, яка відображає об'єкт управління у зручному для сприйняття ракурсі, містить пропозиції варіантів альтернативної поведінки і можливих наслідків, дає можливість сприймати об'єкт у його динаміці.

Інформаційно-аналітична діяльність характерна перш за все для політичних, економічних досліджень з метою прийняття рішень у сфері управління. Інформаційно-аналітичні служби органів влади і управління покликані моделювати соціологічні аспекти, здійснювати прогнозування політичних конфліктів, результатів голосування, здійснювати аналітичний моніторинг не тільки явних поточних проблем, а і виявляти проблемні ситуації, проводити ситуаційний аналіз та вирішувати інші завдання соціального, політичного, фінансового, екологічного моніторингу.

Розрізняють *моніторингові*, *ініційовані* і *кумулятивні* аналітичні дослідження [61].

1. *Моніторингові* дослідження призначені для довготермінового аналітичного спостереження за розвитком певної ситуації з метою забезпечення можливості апріорного синтезу управлінських рішень, які мають профілактичний або упереджуючий характер.

Моніторинг - безперервне спостереження за станом оточуючого середовища і управління ним шляхом своєчасного інформування про можливості настання несприятливих, критичних або неприпустимих ситуацій.

Моніторингові дослідження передбачають одержання статистичних або змістовних показників, які характеризують об'єкт спостереження і які можна виміряти. Система спостережень будується на фіксації дискретних кількісних характеристик об'єкта спостереження, накопичуванні цих відомостей і на можливості шляхом інтелектуальної інтерпретації

одержаних відомостей зробити висновки про якісний стан об'єкта. Моніторинг ґрунтується на спостереженні типових рис у поведінці об'єктів спостереження і на своєчасній фіксації на їх фоні різних відхилень від норми.

Інформаційно-аналітичний моніторинг – вид інформаційної діяльності, пов'язаний з процесами аналізу, синтезу інформації із застосуванням методів моделювання, експертного оцінювання, діагностики і прогнозування, що реалізуються у режимах постійного збирання інформації з традиційних і нетрадиційних джерел з метою регулярного інформаційного забезпечення користувачів.

Моніторингові аналітичні дослідження, як правило, регламентуються етапами обробки інформації, обраною тематикою і фіксованим переліком джерел. Головне в моніторингових дослідженнях – чітка орієнтація на конкретну постановку задачі і цілеспрямовану змістовну обробку інформації.

2. *Ініційовані* аналітичні дослідження проводяться за раніш незапланованими дорученнями керівництва або в результаті виявлення при проведенні моніторингових досліджень нових проблемних ситуацій.

Ініційовані дослідження вирізняються істотним впливом чинників невизначеності цілей і суб'єктивності критеріїв оцінки рішень, які приймаються. Важливе значення в цьому процесі надається виявленню індикаторів, формальних характеристик, якісних і кількісних показників, які відображають аналітичну динаміку ситуації. Це завдання передбачає вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду вибору інформаційних індикаторів даної проблемної ситуації, наявні державні і комерційні джерела інформації, оцінити взаємозалежність значень показників з урахуванням динаміки в часі та ін. Вибір індикаторів має проводитись під безпосереднім змістовим контролем кінцевого користувача з урахуванням сформульованої ним задачі аналітичного дослідження. Для виявлення і формулювання характеристик досліджуваної ситуації необхідно забезпечити аналіз і оцінку альтернативних характеристик ситуації з урахуванням їх суб'єктивно-інтуїтивних оцінок експертами-аналітиками.

У результаті ініціації або одержують кінцевий аналітичний результат із структуризацією проблеми, або починається моніторинговий аналітичний процес, або проводиться кумулятивне аналітичне дослідження.

3. *Кумулятивні* дослідження характеризуються високими вимогами до оперативності їх проведення, використанням спеціалізованих методів опрацювання експертної інформації.

Кумулятивні дослідження проводяться на основі ситуативної обробки інформації групами керівників та/або експертів-аналітиків. У цих дослідженнях широко застосовується методологія групових експертних

процедур (метод “комісій”, метод “мозкової атаки”, метод “ситуаційного аналізу”, процедура “Дельфі” та ін.).

Одним із видів інформаційно-аналітичного моніторингу є *комунікативний аудит*, який передбачає вивчення повідомлень про фірму і повідомлень, розповсюджуваних від лица фірми і здійснюваний для визначення результативності комунікативної політики, яка проводиться організацією.

Поняття **“комунікативна політика”** може застосовуватись у таких значеннях: **1.** *Перспективний курс дій підприємства і наявність у нього обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних (комунікаційних) засобів взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи, яка забезпечує стабільну і ефективну діяльність з формування попиту і просування товарів і послуг на ринок.* **2.** *Комплекс заходів із забезпечення ефективної взаємодії бізнес-партнерів, організації реклами, методів стимулювання збуту і зв'язків із громадськістю.*

Бізнес, як сфера інформаційної діяльності, є предметною галуззю з притаманними тільки їй завданнями, джерелами і каналами одержання інформації, з новою понятійною парадигмою, пов'язаною із певною структурою управління діяльністю, її цілями і критеріями. Сфера підприємництва потребує осмислення нових підходів до інформаційної діяльності, вироблення адекватних форм і методів її забезпечення і підготовки кадрів, які володіють цими підходами, формами і методами.

Система інформаційного забезпечення управління ефективно функціонує за таких умов:

- спеціальна підготовка спеціалістів широкого профілю, які добре обізнані з відповідною тематикою і завданнями, які стоять перед організацією;
- чітке визначення методів, форм і видів інформаційного обслуговування для забезпечення його оперативності і компактності.

Інформаційне забезпечення управління і бізнесу включає:

- пошук і оцінку ідей, гіпотез, рішень;
- виявлення і опис проблем, тенденцій, альтернатив, конфліктних і надзвичайних ситуацій;
- багатокритеріальний аналіз даних і оцінка складних об'єктів;
- інформаційне моделювання проблем і вибір методів їх вирішення;
- формування системи критеріїв і оцінок, інформаційна експертиза планів, програм, наукових і конструкторських досліджень, проектних робіт;
- оцінка і впровадження науково-технічних досягнень і передового досвіду конкуруючих організацій;
- збирання і аналіз даних про партнерів і конкурентів;
- визначення поведінки в конкурентній боротьбі, конфліктах,

- протистоянні; аналіз і прогнозування надзвичайних ситуацій, пошук їх аналогів;
- аналіз і прогнозування “лідерів” у комерції, науці, технології, техніці, виробництві;
 - інформаційне супроводження розробки прогнозів розвитку галузі, підприємства, регіону;
 - акумулювання і оцінка ініціатив, інновацій і розробка пропозицій з їх використання;
 - інформаційно-діагностичний аналіз ліцензійної діяльності і угод;
 - діагностичний передпрогнозний аналіз торговельних угод, пропозицій по бартеру, лізингу, клірингу, біржовим процедурам, контрактам, намірам, угодах, поставках, фінансових процедурах та ін.;
 - інформаційна експертиза проектів з ризиковим фінансуванням;
 - інформаційна експертиза проектів для інноваційних банків;
 - прогнозування хвиль економічної кон’юнктури;
 - прогнозування хвиль соціального розвитку;
 - аналіз комерційного рейтингу фірм, партнерів і конкурентів;
 - аналіз соціально-політичного рейтингу;
 - накопичення відомостей і їх використання для посередницької діяльності в науці, технології, виробництві, в діяльності бірж, банків, у великих програмах, соціальних і політичних заходах;
 - накопичення і використання відомостей про виставки, аукціони, ярмарки, конференції, наради;
 - редакційно-аналітична діяльність і підготовка аналітичних матеріалів, довідок, доповідей, прогнозів, реклами.

Аналіз інформаційних потреб, вивчення мотивацій в управлінських рішеннях, тематичне інформаційне забезпечення керівників, психологія індивідуального і групового інформаційно-аналітичного забезпечення є об’єктами діяльності в галузі інформаційного забезпечення управління і бізнесу.

Інформаційне забезпечення управління і бізнесу передбачає:

- комплексне інформаційне забезпечення найбільш повною і достовірною фактографічною і концептуальною інформацією порівняльного і прогнозного характеру – стану, тенденцій і перспектив розвитку предметної галузі, конкретних об’єктів-аналогів;
- підготовка аналітичних, порівняльних або реферативних оглядів;
- проведення патентних досліджень;
- організація консультацій, експертних оцінок;
- співставлення техніко-економічних параметрів виробів;
- переклад ділової інформації;
- формування спеціалізованих (в тому числі повнотекстових) баз

даних для побудови аналітичних моделей і кількісного аналізу об'єктів експертизи і прогнозування.

Для ефективної роботи необхідне знання джерел інформації, характеристик інформаційних масивів: розсіяння інформації, старіння, актуальності інформації, оцінювання характеристик інформації – якісних (достовірність, об'єктивність, однозначність, своєчасність, релевантність, пертинентність, актуальність), кількісних (повнота, достатність), ціннісних.

Забезпечити стійке положення на ринку підприємству дозволяє така інформація:

- адресна інформація
- про безпеку у підприємницькій діяльності;
- про законодавчі та нормативні документи;
- про діяльність фірм і підприємств;
- про виставки;
- про ділову документацію;
- про маркетингові дослідження;
- про надійність зарубіжних партнерів;
- про надійність вітчизняних партнерів;
- про науково-технічні досягнення;
- про покупців;
- про репутацію партнерів;
- про ціни;
- про зовнішньоекономічну діяльність;
- оцінка бізнес-проектів;
- фінансова інформація.
- інформація про джерела інформації: основні періодичні видання про інформаційний ринок; довідкові матеріали про інформаційний ринок; консультаційні і навчальні центри з інформації.

Великі фірми, розробляючи структуру управління, виділяють як самостійний напрям “управління маркетингом”, для якого створюються підрозділи збирання інформації, довідково-інформаційні служби дослідження ринку, підрозділи збуту, реклами, планування асортименту, які займаються збиранням інформації у формальних і неформальних джерелах. Підрозділи управління маркетингом реалізують завдання, які ґрунтуються на інформаційному забезпеченні: реклама товарів та послуг, дослідження споживчих властивостей товарів і їх конкурентоздатності, вивчення діяльності потенційних конкурентів та ін. Служби маркетингової інформації налагоджують обмін інформацією з ринком збуту, що дозволяє підприємствам адаптуватись до зміни ринкових умов і досягати поставлених цілей.

Маркетингова інформація відіграє суттєву роль у визначенні ринкової частки і ринкової позиції підприємства, у виявленні динаміки

ринку. Від її повноти, достатності і якості залежить успіх або невдача фірми на ринку.

У практиці управління зустрічається значна кількість завдань, на які важко знайти точні відповіді. Це пов'язано, в першу чергу, з невизначеністю, яка обумовлена випадковою поведінкою елементів тієї чи іншої системи, а також обмеженими знаннями про об'єкт управління. Для одержання більш повних знань про досліджуваний об'єкт необхідно мати більший обсяг інформації, яка часто має якісний характер і не піддається кількісним вимірюванням. Тому, при прогнозуванні, розробці проектів і виборі програми напрямку розвитку системи, оцінки якості продукції та ін., все ширше використовують методи експертних оцінок, які допомагають формалізувати процедури збирання і аналізу думок спеціалістів і перетворити одержану інформацію у форму, найбільш зручну для підготовки обґрунтованих рішень [37]. Спеціаліст з інформатизації бізнесу має бути когнітологом, уміти перетворювати особистісне знання спеціалістів у інформацію, організовувати експертизи, на основі інформаційного аналізу добирати спеціалістів-експертів з певної галузі, представляти результати експертизи в зручному для аналізу вигляді.

З розвитком інформатизації бізнесу, особливо її технічної складової – комп'ютеризації, змінюється робоче місце працівників офісу – тепер їх оточують різні засоби інформатизації з новими можливостями. Широке впровадження глобальних комп'ютерних мереж дозволяє підприємствам розширювати міжнародних економічних зв'язків, у зв'язку з чим інформаційним працівникам доводиться працювати у відкритому інформаційному просторі з різномовним текстом, переглядати великі масиви інформації, здійснювати їх переклад і аналіз для виявлення тенденцій, закономірностей, створювати проблемно-орієнтовані бази даних.

Сучасний бізнес зробив якісний крок у бік глобальної комп'юте-ризованої комерції. За допомогою електронних технологій здійснюються ділові операції – встановлення контактів, укладання угод, комп'ютеризована торгівля товарами і послугами та ін. Все частіше джерелом аналітичної і оглядової бізнес-інформації стає Інтернет. Всесвітня мережа надає бізнес-новини і аналітичну інформацію, містить довідники з правової інформації, відомості про підприємства, статистичні дані. Мережа надає сервіс у одержанні економічної інформації, даних про фінансовий ринок, фондовий і товарний ринки. Витрати, наприклад консалтингових фірм, на інформаційне забезпечення при виконанні маркетингових досліджень того чи іншого сегменту ринку, становлять до 10 % вартості проекту, при чому значних матеріальних і трудових ресурсів потребує збирання первинної інформації, яка є базою для проведення досліджень. Крім одержання інформації з мережі Інтернет, підприємства широко використовують мережу для реклами і маркетингу. Завдання

відбору інформації, її аналітичної обробки і систематизації для представлення в мережі, підтримки її актуальності є завданням інформаційних працівників.

Компанії фінансового сектору, фірми, які працюють у сфері дозвілля і подорожей, авіакомпанії, некомерційні організації, продавці товарів довготермінового користування формують власні бази даних клієнтів, угод, проведених маркетингових кампаній. Дані для ведення таких баз даних одержують як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел. Робота як з традиційними джерелами інформації, так і з нетрадиційними (мережа Інтернет) потребує знання загальних інформаційних законів розсіювання інформації, зміни актуальності інформації, систематизації інформації за різними критеріями, уміння вироблення пошукової стратегії. Слід зазначити, що в умовах формування інформаційного ринку, інформація, якою володіють підприємства, є товаром, здатним викликати “інформаційний інтерес” учасників ринку до інформаційної продукції у вигляді баз і банків даних, адресно-довідкової інформації, аналітичних оглядів і прогнозів та ін.

Для будь-яких видів і форм інформаційного забезпечення можна сформулювати спільні вимоги, яким повинна відповідати інформація [91]:

1. Якісні

- *вірогідність* – наближеність інформації до першоджерела або точність її передачі (відсутність випадкових або умисних спотворень інформації);
- *об’єктивність* – інформація, “очищена” від неминучих спотворень, які виникли при її передаванні, а також від суб’єктивних спотворень психологічного плану;
- *однозначність* – навіть достовірна і об’єктивна інформація повинна підлягати повторній перевірці;
- *своєчасність* – інформація потрібна у потрібний час і у потрібному місці;
- *релевантність* – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, змісту інформаційного запиту;
- *пертинентність* – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, інформаційній потребі, вираженій в інформаційному запиті;
- *актуальність* – важливість інформації у даний конкретний момент часу у прийнятті конкретного рішення.

2. Кількісні

- *повнота* – необхідна і достатня кількість інформації для прийняття рішення;

- *достатність* – кількість інформації, достатня для вирішення поставленого вузького завдання.

3. Ціннісні.

- значущість для..... ;
- *вартість* – всі видатки за фактом одержання інформації.

Однією з основних рис сучасного менеджменту є гнучкість управління, швидкість реакції на змінювані зовнішні чинники, що зумовлює необхідність забезпечення менеджерів актуальною, спеціально орієнтованою на прийняття управлінських рішень інформацією про зовнішнє середовище.

Для позначення цієї традиційної функції інформаційного забезпечення системи управління сьогодні часто використовують термін “бізнес-розвідка” (*business intelligence*), або його еквівалент “конкурентна розвідка” (*competitive intelligence*), інтерес до яких спостерігається останніми роками у країнах близького і далекого зарубіжжя.

Головним завданням бізнес-розвідки вважають підтримку оптимальних управлінських рішень шляхом забезпечення менеджерів вищого рівня інформацією, яка ґрунтується на результатах діяльності із збирання і аналітичної обробки даних про зовнішнє середовище, у якому діє структурна одиниця, для якої здійснюється бізнес-розвідка.

Слово "бізнес" у цьому визначенні може трактуватись досить широко, оскільки функції бізнес-розвідки актуальні і для неприбуткових, наприклад, навчальних або наукових організацій.

Основна відмінність бізнес-розвідки від промислового шпіонажу – пошук і одержання всієї необхідної інформації виключно *законними методами*.

Класифікація оглядово-аналітичної інформації

Оглядово-аналітична діяльність - один із найважливіших напрямків інформаційного забезпечення користувача. Основні її цілі :

- підготовка інформації для прийняття рішень;
- оцінка рівня здійснюваних досліджень;
- забезпечення фахівців галузі необхідною інформацією, в тому числі фактографічною;
- ознайомлення фахівців і керівників з досягненнями у певних галузях господарства, науки та техніки;
- інформаційне опонування планів соціально-економічного та науково-технічного розвитку держави , галузі, організації, фірми тощо.

Основні засоби для досягнення цих цілей: підготовка оглядових документів, аналітичних довідок, доповідей тощо.

Огляд – науково-технічний документ, який містить одержану на основі аналізу, систематизації і узагальнення відомостей із першоджерел

концентровану інформацію про попередній та сучасний стан або тенденції розвитку проблеми (включаючи комплексні проблеми), предмета.

Підготовка оглядової інформації ґрунтується на процесі переробки документальних джерел, який включає:

- витяг із документів і систематизацію відомостей із численних даних, які характеризують стан об'єкта (предмета, теми);
- оцінку новизни, доцільності, взаємозалежності даних, їх доповнення й уточнення змісту;
- логічне перетворення здобутих і перевірених даних, їх систематизацію для здобуття нової інформації про стан конкретної галузі, тобто знання досягнутого рівня, тенденцій і перспектив розвитку.

Поділ оглядів може бути виконаний за трьома взаємопов'язаними основами:

1. Глибина аналізу змісту першоджерел.
2. Цільове призначення огляду.
3. Форма подання оглядів, яка відображає оперативність інформації.

За першою основою поділу виділяють:

1. Бібліографічний огляд – вторинний документ, який містить систематизовані і узагальнені відомості про характер і призначення науково-технічних видань і документів.

2. Реферативний огляд – вторинний документ, який містить одержані з першоджерел систематизовані і узагальнені відомості про стан і основні тенденції розвитку проблеми, предмета.

3. Аналітичний огляд – первинний¹ документ, одержаний у результаті всебічного аналізу відомостей з першоджерел, містить якісно нову інформацію, тобто аргументовану авторську оцінку стану, тенденцій розвитку розглядуваної проблеми, предмета і, за необхідності, обґрунтовані рекомендації щодо їх вирішення.

Для подальшого поділу цих типів оглядів використовується друга основа поділу – їх цільове призначення.

1. **Бібліографічні огляди** поділяються на такі види:

- a. *Огляд нових надходжень* – вторинний документ, який містить систематизовані і узагальнені відомості про характер і призначення найбільш цінних публікацій, а також бібліографічні описи всіх науково-технічних матеріалів, одержаних за останній період (рік, квартал, місяць).
- b. *Огляд рекомендаційної літератури* – вторинний документ, який містить систематизовані і узагальнені відомості про характер і

¹ Вважається первинним, оскільки при підготовці аналітичного огляду застосовуються методи науково-дослідної діяльності: аналіз, співставлення, узагальнення, критична оцінка фактів.

призначення науково-технічних публікацій, релевантних проблеми, предмету.

- c. *Джерелознавчий огляд* – вторинний документ, який містить систематизовані і узагальнені відомості про характер, призначення і тематику первинних науково-технічних видань з проблеми, предмета.
- d. *Огляд інформаційних видань* – вторинний документ, який містить систематизовані і узагальнені відомості про характер, призначення і тематику інформаційних видань (реферативних журналів, бібліографічних покажчиків та ін..) з проблеми, предмета.

2. Реферативні огляди поділяються на такі види:

- a. *Науково-технічний реферативний огляд* – вторинний документ, який містить одержані з першоджерел систематизовані і узагальнені відомості про стан і основні тенденції розвитку теоретичних і експериментальних розробок проблеми, предмета.
- b. *Виробничо-технологічний реферативний огляд* – вторинний документ, який містить одержані з першоджерел систематизовані відомості про стан і основні тенденції розвитку виробничо-технологічний розробок проблеми, предмета.
- c. *Техніко-економічний реферативний огляд* – вторинний документ, який містить одержані з першоджерел систематизовані і узагальнені відомості про стан і основні тенденції розвитку техніко-економічних розробок проблеми, предмета.
- d. *Комплексний реферативний огляд* – вторинний документ, який містить одержані з першоджерел систематизовані і узагальнені відомості про стан і тенденції розвитку теоретичних, експериментальних, виробничо-технологічних і техніко-економічних аспектів розробок проблеми, предмета.

3. Аналітичні огляди поділяються на такі види:

- a. *Науково-технічний аналітичний огляд* – первинний документ, який містить, на основі відомостей, одержаних з першоджерел, аргументовану авторську оцінку стану і тенденцій розвитку теоретичних, експериментальних аспектів проблеми, предмета і, за необхідності, обґрунтовані рекомендації з їх практичного використання.
- b. *Виробничо-технологічний аналітичний огляд* – первинний документ, який містить, на основі відомостей одержаних з першоджерел, аргументовану авторську оцінку стану і тенденцій розвитку виробничо-технологічних аспектів предмета, проблеми і, за необхідності, обґрунтовані рекомендації з їх практичного використання.
- c. *Техніко-економічний аналітичний огляд* – первинний документ, який містить, на основі відомостей одержаних з першоджерел,

аргументовану авторську оцінку стану і тенденції розвитку розробок техніко-економічних аспектів проблеми, предмета.

- d. *Комплексний аналітичний огляд* – первинний документ, який містить, на основі відомостей, одержаних з першоджерел, аргументовану авторську оцінку стану і тенденції розвитку теоретичних, експериментальних виробничо-технологічних, техніко-економічних аспектів проблеми, предмета.
- e. *Порівняльний огляд* - первинний документ, який містить, на основі відомостей, одержаних з першоджерел, аргументовану авторську оцінку стану і тенденції розвитку теоретичних, експериментальних виробничо-технологічних, техніко-економічних аспектів проблеми, предмета, галузі народного господарства в Україні і за кордоном.
- f. *Прогностичний огляд* - який містить, на основі відомостей, одержаних з першоджерел (в тому числі, і з раніш зроблених прогнозів), аргументовану наявної ситуації, тенденцій, темпів і прогнозів розвитку теоретичних, експериментальних аспектів проблеми, предмета, галузі і конкретні шляхи подальшого науково-технічного і соціально-економічного і соціально-культурного прогресу.
- g. *Науково-популярний огляд* - який містить, на основі відомостей, одержаних з першоджерел, аргументовану авторську оцінку стану і тенденцій розвитку теоретичних, експериментальних аспектів проблеми, предмета, викладену доступно для читача-неспеціаліста.

Відповідно, перелік питань, які необхідно відобразити у кожному з видів оглядів варіюється.

Наприклад, у науково-технічному огляді необхідно відобразити предмет і методи дослідження, взаємозв'язки або неузгодженість нових даних із старими теоріями, гіпотезами; результати і висновки, зроблені авторами першоджерел та ін.

У виробничо-технологічному огляді особливу увагу слід приділити принципівим особливостям конструкцій, технології, їх перевагам і недолікам.

У техніко-економічному огляді необхідно висвітлити, наскільки економічним, технологічним, конкурентоздатним є предмет, наскільки складним є напрям, скільки потребує часу, людських і матеріальних витрат, які складнощі принципового порядку очікуються, з чим вони пов'язані.

За **формою подання**, яка відображає оперативність оглядової інформації, огляди поділяються на такі види:

Оглядова довідка – огляд поточних матеріалів з вузькоспеціального питання.

Щорічний огляд – огляд за рік, при укладанні якого можуть бути використані оглядові довідки.

Оглядова стаття – огляд, який охоплює матеріал за певний період (3-10 років). При його укладанні можуть бути використані щорічні огляди. Може бути опублікований у журналах і тематичних збірках.

Огляд монографічного типу – огляд, який характеризується багатоаспектністю, охоплює матеріал з термін понад 5-10 років; при його укладанні можуть бути використані оглядові статті; публікується у вигляді брошури, книги.

З наведених визначень видно, що всі форми подання оглядів взаємопов'язані, одна форма оглядового документа може передувати іншій (але не обов'язково).

Практичне завдання №1:

Виконати оцінювання рейтингів методом об'єктивного оцінювання публікаційної активності за формальними характеристиками публікацій.

Завдання ґрунтується на одному з методів, застосовуваних при ситуаційному аналізі, прогнозуванні політичних процесів, ситуації в регіонах, оцінці активності при проведенні політичних (в тому числі виборчих) кампаній, здійсненні комунікативного аудиту (при визначенні результативності комунікаційної політики, яка проводиться організацією: вивчення повідомлень про фірму і розповсюджуваних від її імені; в наукових закладах – встановлення активності участі спеціалістів у житті міжнародної професійної спільноти, внеску в розвиток наукових напрямів), оцінюванні діяльності бізнес-структур на ринку і окремих представників бізнесу - методі *рейтингового оцінювання*.

Мета роботи: навчитись застосовувати методи об'єктивної оцінки рейтингів шляхом дослідження публікаційної активності.

Хід роботи:

1. Застосовуючи метод контент-аналізу дослідити публікації у газетних та журнальних виданнях за певний період, які стосуються політичної та ділової еліти України.

Дані занести в таблицю.

Наприклад:

Політична та ділова еліта в пресі України

№ п/п	Ім'я, прізвище	Особисті публікації		Згадується в газетах	
		грудень, 1997	січень, 1998	грудень, 1997	січень, 1998
1.	Щербак	2	7	23	37
2.	Ведмідь	0	7	15	12
3.	Вовченко	5	0	10	7
	Всього	7	14	48	56

2. Побудувати таблицю розподілу публікацій за типами.

Наприклад:

Тип публікації (загальний масив)	Кількість за роками		Рейтинг публікації даного типу
	1997 р.	1998 р.	
Особисті публікації	7	14	$(55+70)/(7+14)=5,95$
Згадується в газетах	48	56	$(55+70)/(48+56)=1,2$
Всього за рік	55	70	

3. Рейтинг публікації певного типу визначається як:

Рейтинг типу публікації=Кількість публікацій в загальному масиві/частота публікацій даного типу

4. Для кожного з представників визначити рейтинг особистих публікацій і рейтинг згадувань. Обчислити публікаційний рейтинг кожного з представників за формулою:

Публікаційний рейтинг представника=Кількість публікацій за роками (за типом)*Рейтинг публікації даного типу

Дані занести в таблицю.

Наприклад:

Особисті публікації

<i>Прізвище</i>	<i>Кількість за роками</i>		<i>Рейтинг представника</i>
	<i>1997 р.</i>	<i>1998 р.</i>	
<i>Щербак</i>	2	7	$(2+7)*5,95=53,55$
<i>Ведмідь</i>	0	7	$(0+7)*5,95=41,65$
<i>Вовченко</i>	5	0	$(5+0)*5,95=29,75$

Аналогічно заповнюється таблиця ***Згадування в газетах.***

Побудувати за одержаними значеннями діаграми.

Оформити лабораторну роботу, представити викладачу побудовані діаграми, захистити роботу.

Практичне завдання №2:

1. Виконати інформаційний пошук у мережі Інтернет і створити базу даних Інтернет-ресурсів (адреси сайтів і опис їх змісту), що стосуються продуктів і послуг фірм певної сфери. Самостійно визначити структуру бази даних і обрати програмний засіб для реалізації.

Експертні оцінки у підготовці інформації для прийняття управлінських рішень

В основі здатності до вирішення різноманітних завдань інформаційної діяльності лежать складні міжпредметні знання, уміння і навички. Однією з важливих функцій, яку реалізують спеціалісти з управління інформаційними потоками, є функція експерта в галузі документальних джерел інформації і функція когнітолога – організатора

експертиз для формалізації процедур збирання і аналізу думок спеціалістів у форму, найбільш зручну для підготовки обґрунтованих рішень на всіх етапах управлінського циклу - аналізі проблемних ситуацій, прогностичних дослідженнях, аналізі існуючих рішень та ін.

У практиці управління зустрічається значна кількість завдань, на які складно отримати точні відповіді. Це пов'язано, в першу чергу, з невизначеністю, обумовленою випадковою поведінкою елементів тієї чи іншої системи, а також обмеженим знанням про об'єкт управління. Для одержання більш повних знань про досліджуваний об'єкт необхідно мати більший обсяг інформації, яка часто має якісний характер і не піддається кількісним вимірюванням.

Тому при прогнозуванні, розробці проектів і виборі програми напряму розвитку системи, оцінці якості продукції, роботи підприємства і організації та інших завдань все ширше застосовуються методи *експертних оцінювань* (експертні методи), які допомагають формалізувати процедури збирання і аналізу думок спеціалістів і перетворити одержану інформацію у форму, найбільш зручну для підготовки обґрунтованих рішень.

Спеціалісти, які готують інформацію для прийняття управлінських рішень, повинні надати її у вигляді цілісної картини, яка відображає об'єкт управління у зручному для сприйняття ракурсі, містить пропозиції варіантів альтернативної поведінки і можливих наслідків, дає можливість сприймати об'єкт у його динаміці.

Основними етапами цього процесу є:

- побудова інформаційної моделі досліджуваного об'єкта;
- розробка системи якісного аналізу інформації;
- розробка інформаційної моделі розвитку об'єкта;
- визначення тенденцій і перспектив розвитку досліджуваного об'єкта.

Працівники, що займаються інформаційним забезпеченням осіб, які приймають рішення, повинні вчасно помітити виникнення проблемної ситуації, повинні бути висококваліфікованими спеціалістами в галузі науки управління, володіти методами прогностичних досліджень.

Експертні оцінки використовуються на всіх етапах інформаційного забезпечення управління – від локальних до глобальних. Наприклад, інформаційні потреби організації визначаються на основі думок окремих спеціалістів і тих специфічних завдань, що стоять перед ними. На основі узгодження інтересів різних підрозділів організації виробляється консенсус відносно їх інформаційних потреб.

На кожному з етапів управлінського циклу, серед яких аналіз проблемної ситуації, прогностичні дослідження, аналіз існуючих рішень, аналіз варіантів досягнення виявлених цілей, розробка документів, необхідні кількісні і якісні оцінки висококваліфікованих спеціалістів – *експертів*. Результати експертних оцінок багато в чому визначають ефективність управлінських рішень, які приймаються.

Експертні оцінки – це судження кваліфікованих фахівців-професіоналів, висловлені у виді змістовної, якісної або кількісної оцінки об'єкта, призначені для використання при прийнятті рішень.

Експертизи можуть бути індивідуальні і колективні, з обміном інформацією між експертами і без обміну, анонімні і відкриті.

Основною метою проведення експертиз є підвищення професійного рівня рішень, які приймаються за рахунок використання спеціально розроблених і перевірених практикою технологій експертного оцінювання.

Для одержання якісної експертної інформації необхідно додержання таких умов:

- наявність експертної комісії, яка складається з спеціалістів, що професійно знайомі з об'єктом експертизи і мають досвід роботи експерта;
- наявність аналітичної групи, яка професійно володіє технологією організації і проведення експертиз, методами одержання і аналізу експертної інформації;
- одержання достовірної експертної інформації;
- коректна обробка і аналіз експертної інформації.

При застосуванні експертних технологій виникають такі проблеми:

1. Формування експертної комісії. Однією з основних проблем є визначення якості експерта.
2. Організація і проведення експертиз.
3. Одержання експертної інформації.
4. Визначення остаточних експертних оцінок.
5. Багатокритеріальні оцінки.
6. Аналіз результатів експертизи.

Типовими помилками при застосуванні експертних технологій є:

- перебільшення можливостей експертних оцінок;
- залучення некомпетентних експертів;
- недостатня поінформованість експертів про об'єкт експертизи;
- недостатньо чітка постановка задачі перед експертами;
- обмеження експертизи межами однієї експертної процедури;
- надлишкове захоплення кількісними оцінками;
- порушення правил теорії вимірювань;
- необхідність організації інформаційної взаємодії між експертами;
- конформізм експертів;
- неврахування фактора кон'юнктурності;
- невірне розуміння точності експертних оцінок;
- неправильна обробка результатів експертизи;
- некоректна інтерпретація результатів.

Одним з головних завдань інформаційного менеджера є комплексне інформаційне забезпечення користувачів найбільш повною і достовірною

фактографічною і концептуальною інформацією, особливо порівняльного і прогнозного характеру щодо стану, тенденцій і перспектив розвитку певної предметної галузі. В умовах існування значної кількості різноманітних інформаційних джерел і масивів інформації, перед спеціалістом виникає завдання визначення *відносної цінності різних джерел інформації* з точки зору їх використання у діючих системах інформаційного забезпечення. За допомогою логічного аналізу існуючої інформації, систематизованої у вигляді інформаційного поля, тобто аналізу сукупного змісту документального потоку, який передбачає знання джерел інформації, навички інформаційного пошуку тощо, спеціаліст може одержати необхідну інформацію для забезпечення інформаційних потреб користувачів, але успішність діяльності інформаційного спеціаліста у виконанні цих завдань залежить від того, наскільки він власне сам є компетентним експертом, зокрема в галузі використання інформаційних джерел, визначення інформаційних потреб користувачів інформації.

Виступаючи як експерт у відповідній галузі, інформаційний менеджер для виконання ряду професійних завдань залучає до співпраці експертів у інших галузях, зокрема, проводить експертні опитування при визначенні інформаційних потреб користувачів, при розробці і реалізації проекту впровадження комп'ютерної інформаційної системи підприємства з метою визначення вимог користувачів до інформаційної системи, експертне опитування постачальників апаратного і програмного забезпечення комп'ютерних систем та для вирішення широкого спектру інших завдань управління інформаційною діяльністю. При реалізації експертного підходу здійснюється змістовна постановка експертних задач, формуються експертні групи, обираються відповідні методи оцінки і аналізу думок експертів. У процесі організації і проведення опитування виявляється узгодженість думок експертів і виробляється групова думка.

Основне завдання спеціаліста, який виступає в професійній ролі когнітолога, полягає в тому, щоб вербалізувати і зробити загальнодоступним те знання, яким неусвідомлено володіє і користується експерт-спеціаліст.

Практичне завдання:

Виконати роботу з організації експертного опитування в групі студентів на тему: **“Дослідження вимог до джерел інформації”**.

Мета роботи: на основі експертного оцінювання визначити відносну цінність різних джерел інформації з точки зору їх використання у системі інформаційного обслуговування.

Завдання: Провести експертне опитування стосовно того, якою мірою різні види джерел інформації задовольняють вимогам оперативності, повноти, новизни, достовірності, стислості

(використовується 8-бальна шкала оцінювання). Таблиця заповнюється кожним студентом, як експертом (табл.1.).

Таблиця 1.

Вимоги	Види джерел							
	засоби масової інформації	Періодична література	Неперіодична література	Рекламна документація	Патентно-ліцензійна документація	Урядові та відомчі акти, закони	Конференції, наради	Джерела усної інформації
Оперативність	1	4	8	5	7	3	6	2
Повнота	3	4	2	5	6	7	1	8
Новизна	3	5	8	6	4	2	7	1
Достовірність	4	5	6	7	3	2	1	8
Стислість	5	4	6	1	2	3	7	8

За результатами індивідуальної експертизи заповнити зведену табличну форму за кожним з видів вимог для висловлювань всіх експертів, якими виступають студенти групи, і таким чином, одержати групову експертну оцінку джерел інформації. Приклад для вимоги оперативності наведено у табл.2.

Таблиця 2.

Оперативність

Види джерел	Експерти			
	1	2	...	N
Засоби масової інформації	1			1
Періодична література	3	2		5
.....	8	7		7
Конференції, наради	5	6		6
Джерела усної інформації	6	4		2

Від викладача одержати оцінки експертів-професіоналів.

Кількісна оцінка здійснювалась за допомогою дисперсії. Всього здійснювалось три парних порівняння: студент - група, студент – професіонали, група - професіонали.

Оцінити точність і побудувати графіки:

- свого прогнозу відносно оцінки експертів-професіоналів;
- свого прогнозу відносно оцінки групи студентів-експертів.

Оформити роботу у вигляді звіту.

Інформаційне моделювання

Діяльність будь-якого підприємства можна представити як безперервну зміну стану фізичних та інтелектуальних об'єктів, що мають відношення до підприємства, таких як співробітники, засоби виробництва,

продукція, ідеї, фінанси та ін. Для ефективного управління цим процесом кожна зміна того чи іншого об'єкту повинна мати своє документальне відображення.

Таким відображенням слугують особові справи співробітників, звіти, рекламна продукція, службові записки та ін. Їх сукупність назовемо *інформаційною сферою* підприємства. Рух інформації (наприклад, документообіг) і зміну їх називають *інформаційними потоками*.

Очевидно, що кожному бізнес-процесу, а також кожній зміні фізичних об'єктів повинен відповідати певний інформаційний потік. Керівництво підприємства, при побудові стратегічних планів розвитку і управління діяльністю підприємства, видаючи накази, розпорядження та ін., фактично керується інформаційними потоками і вносить до них зміни, таким чином здійснюючи інформаційний менеджмент.

Інформаційна модель організації є схемою потоків інформації, використовуваної в процесі управління, відображає різні процедури виконання функцій управління організацією і представляє за кожним завданням зв'язок вхідних і вихідних документів і показників.

Під *інформаційним потоком* будемо розуміти інформацію, яка у даний проміжок часу циркулює у суспільстві, передається суб'єктом інформаційної взаємодії об'єкту і використовується останнім як метазасіб соціальної діяльності [30].

Можна виділити такі властивості інформаційних потоків:

1. Спрямованість інформаційного потоку.
2. Наявність структури інформаційного потоку.

Спрямованість інформаційних потоків постійно змінюється, відбувається переформування їх структури, з декількох масивів інформації утворюється один, впорядкований певними вихідними принципами. При цьому неминуче відбуваються втрати інформації порівняно з тією, що надходить ззовні до системи. Крім того, інформація спотворюється “шумом” у процесі перекодування, відбирання і організації.

Процеси циркуляції інформаційних потоків вирізняються значною різноманітністю. Зустрічні потоки і ті, що перекриваються, утворюють *зони підвищеної інформаційної ємності*, у яких, як правило, виникають проблемні ситуації.

Всі потоки є *фільтруючими*, їм притаманна властивість надавати пріоритет деяким відомостям у відповідності з певним набором засобів, які впорядковують даний потік.

Інформаційні потоки є також дискретними, тобто містять пропуски певних ланок, в них утворюються накопичення інформаційних відомостей навколо яких-небудь логічних понять, утворюються паралельні підмножини подібної або суміжної інформації. Цим обумовлена “пластичність” інформаційних потоків, оскільки кожний дискретний елемент потоку має численні зв'язки. Одна й та ж ланка потоку може

одночасно “замикатись” з множиною інших і утворювати з ними складні сплетіння. Кожний зв’язок такого роду – це реалізація якої-небудь змістової функції досліджуваного поняття або об’єкта.

Моделювання – це метод опосередкованого практичного або теоретичного оперування об’єктом, при якому використовується допоміжний проміжний або природний “квазіоб’єкт” (модель), який знаходиться у деякій об’єктивній відповідності з об’єктом пізнання, здатний замінити його у певних відносинах і дає при його використанні зрештою інформацію про власне модельований об’єкт.

Модель – це подумки представлена або матеріально реалізована система, яка відображаючи або відтворюючи об’єкт дослідження, здатна замінювати його так, що її вивчення дає нам нову інформацію про цей об’єкт.

Існує два основні способи опису моделей – *статичний* і *динамічний*. *Статичний* опис розглядає структуру моделі, тобто такі її аспекти, у яких можна не брати до уваги час. *Динамічний* опис розглядає потік подій, тобто зміну модельованих процесів у часі, який не можна брати до уваги з точки зору завдань, вирішуваних організацією. Таким чином, є природним використовувати різні моделі для опису різних аспектів діяльності організації. Очевидно, що розглядати у одній моделі всі аспекти не тільки не потрібно, але і неможливо.

Як інструмент для аналізу і вивчення взаємозв’язків між інформаційними потоками в межах діяльності підприємства був розроблений стандарт IDEF1. Метою подібного дослідження є доповнення і структуризація існуючої інформації і забезпечення якісного менеджменту інформаційними потоками.

Необхідність у подібній реорганізації інформаційної області як правило виникає на початковому етапі побудови корпоративної інформаційної системи і методологія IDEF1 дозволяє досить наочно виявити слабкі місця в існуючій структурі інформаційних потоків.

Застосування методології IDEF1, як інструменту побудови наочної моделі інформаційної структури підприємства дозволяє розв’язати такі завдання:

- з’ясувати структуру і зміст наявних потоків інформації на підприємстві;
- визначити, які проблеми, виявлені в результаті функціонального аналізу і аналізу потреб, викликані недоліками управління відповідною інформацією.
- виявити інформаційні потоки, які потребують додаткового управління для ефективної реалізації моделі.

За допомогою IDEF1 відбувається вивчення відповідної інформації про різні об’єкти в галузі діяльності підприємства.

IDEF1-модель включає до розгляду не тільки автоматизовані компоненти, бази даних і відповідну їм інформацію, а також і реальні об'єкти, такі як співробітники, кабінети, телефони та ін.

Місія методології IDEF1 полягає в тому, щоб виявити і чітко постулювати потреби в інформаційному менеджменті в межах комерційної діяльності підприємства. IDEF1 є аналітичним методом і застосовується переважно для виконання таких дій:

- визначення самої інформації і структури її потоків, які мають відношення до діяльності підприємства;
- визначення існуючих правил і законів, за якими здійснюється рух інформаційних потоків, а також принципів управління ними;
- з'ясування взаємозв'язків між існуючими інформаційними потоками в межах підприємства;
- виявлення проблем, які виникають внаслідок нестачі якісного інформаційного менеджменту.

Результати аналізу інформаційних потоків можуть бути використані для стратегічного і тактичного планування діяльності підприємства і покращання інформаційного менеджменту.

Основною метою використання методології IDEF1 залишається дослідження руху потоків інформації та принципів управління ними на початковому етапі процесу проектування корпоративної інформаційно-аналітичної системи, яка сприятиме більш ефективному використанню інформаційного простору.

Моделювання інформаційних взаємозв'язків і відмінностей між:

- реальними об'єктами
- фізичними і абстрактними залежностями, які існують серед реальних об'єктів;
- інформацією, яка відноситься до реальних об'єктів;
- структурою даних, яка застосовується для придбання, накопичення, використання і управління інформацією.

Однією з основних переваг методології IDEF1 є забезпечення послідовного і чітко структурованого процесу аналізу інформаційних потоків в межах діяльності підприємства. Іншою властивістю IDEF1 є широко розвинута модульність, яка дозволяє ефективно виявляти і корегувати неповноту і неточність існуючої структури інформації протягом всього етапу моделювання.

При побудові інформаційної моделі проектувальник завжди оперує двома основними глобальними галузями, кожній з яких відповідає множина характерних об'єктів. Першою з цих галузей є реальний світ, або ж сукупність фізичних і інтелектуальних об'єктів, таких як люди, речі, ідеї та ін., а також всі властивості цих об'єктів і залежності між ними. Другою є

інформаційна область. Вона включає в себе існуючі інформаційні відображення об'єктів першої області і їх властивостей.

Інформаційне відображення не є об'єктом реального світу, однак, зміна його, як правило, є наслідком деякої зміни відповідного об'єкта реального світу.

Методологія IDEF1 розроблена як інструмент для дослідження статичної відповідності вищезазначених галузей і встановлення правил і механізмів зміни об'єктів інформаційної області при зміні відповідних їм об'єктів реального світу.

Практичне завдання №1:

Дослідити структуру і зміст інформаційних потоків, які надходять до підприємства і циркулюють всередині його (наприкладі факультету, університету, бібліотеки тощо). Побудувати структурну схему.

Практичне завдання №2:

Використовуючи друковані та електронні (Інтернет) засоби масової інформації виконати аналітичне дослідження і скласти аналітичну записку на задану тему із внутрішньої або зовнішньої політики держави. При укладанні аналітичної записки дотримуватись таких вимог:

- безособистісна структура записки;
- конкретна проблематика;
- новизна інформації;
- всі сформульовані проблеми повинні бути обґрунтовані;
- уникати тривіальних прикладів;
- не торкатись одразу декількох не пов'язаних між собою питань;
- наукова термінологія.

Запитання для самоперевірки:

1. Назвати класи завдань управлінської діяльності.
2. Класифікація працівників офісу відповідно до виконуваних ними завдань.
3. Назвати психологічні критерії добору інформації.
4. Розкрити зміст моніторингових, ініційованих і кумулятивних аналітичних досліджень.
5. У чому полягає необхідність і зміст експертних оцінювань при підготовці управлінських рішень?
6. Дати визначення інформаційного потоку і назвати його властивості.

ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ І ПОСЛУГИ

Структура інформаційного ринку

Ринок інформаційних продуктів та послуг є системою економічних, правових, організаційних відносин у сфері торгівлі продуктами інтелектуальної праці на комерційних засадах. Він характеризується визначеною номенклатурою продуктів і послуг, умовами та механізмами їх надання, цінами. Предметами продажу або обміну на інформаційному ринку виступають інформаційні системи, інформаційні технології, ліцензії, патенти, товарні знаки, інженерно-технічні послуги, різного роду інформація та інші види інформаційних ресурсів.

Постачальниками інформаційних продуктів та послуг можуть бути:

- центри, де створюються та зберігаються бази даних;
- спеціальні служби, у яких акумулюється інформація з конкретної сфери діяльності, здійснюється її аналіз, узагальнення, прогнозування (консалтингові фірми, біржі та ін.);
- комерційні фірми;
- інформаційні брокери;
- мережа Інтернет.

Інформаційний ринок як економічне явище – це єдність виробництва, розподілу, обміну й використання інформаційних продуктів та послуг.

Рівень і перспективи розвитку інформаційного ринку визначає відповідність інформаційної інфраструктури ринковим вимогам. Сучасна інформаційна інфраструктура складається із систем накопичення і збереження інформаційних продуктів; систем виробництва інформаційних продуктів; систем забезпечення інформаційними продуктами користувачів, систем сервісного обслуговування елементів інфраструктури та системи підготовки кадрів.

Інфраструктура інформаційного ринку – це сукупність секторів, кожен з яких об'єднує групу людей або організацій, які пропонують однорідні інформаційні продукти і послуги.

На світовому ринку інформації визначають такі основні сектори, характерні для всіх розвинених країн:

1. *Сектор ділової інформації* (біржової, фінансової, комерційної, економічної, статистичної) охоплює:

- біржову й фінансову інформацію (про котирування цінних паперів, валютні курси, облікові ставки, ринок товарів та капіталу, інвестиції, ціни). Цю інформацію надають біржі, спеціальні служби біржової і фінансової інформації, банки, брокерські компанії;
- економічну та іншу соціальну статистичну інформацію: демографічну, інформацію у вигляді рядів динаміки соціальних

даних, прогнозованих моделей та оцінок, які надають державні служби, а також компанії, що займаються дослідженнями та розробками, консалтингом;

- комерційну інформацію (про компанії, фірми, напрями їхньої діяльності, товари, ціни, фінансовий стан, керівництво тощо). Цю інформацію надають широкі кола установ, у тому числі й неінформаційні;
- ділові новини в галузі економіки та бізнесу, які надають спеціальні інформаційні служби.

2. Сектор професійно орієнтованої інформації (науково-технічної та спеціальної) вміщує:

- документальну, бібліографічну, реферативну та довідкову інформацію, а також дані з галузей фундаментальних та прикладних, природознавчих, технічних і суспільних наук, виробництва та різних сфер людської діяльності;
- послуги, пов'язані з пошуком і наданням першоджерел та копій документів, організацією доступу до джерел інформації через бібліотеки та спеціалізовані служби, послуги у придбанні першоджерел, їх одержанні через міжбібліотечний абонемент у вигляді мікро- і повнорозмірних копій.

3. Сектор масової споживчої інформації охоплює:

- новини та літературу (інформацію служб новин і агентств преси, електронні журнали, довідники, енциклопедії);
- споживчу та розважальну інформацію (новини, прогнози погоди, розклад руху транспорту, пропозиції з обміну, купівлі і продажу тощо). Ця інформація розповсюджується як у вигляді документальних видань, так і каналами служб телебачення (телетекст, відеотекст), радіомовлення, комп'ютерних мереж.

Відповідно, виокремлюють п'ять секторів інформаційного ринку, які відрізняються специфічним колом користувачів та домінуючими видами інформаційних послуг.



Рис. 5. Структура товарів і послуг інформаційного ринку

1-й сектор—ділова інформація:

- біржова і фінансова інформація – котировки цінних паперів, валютні курси, ринок товарів і капіталів, інвестиції, ціни. Постачальниками є спеціальні служби біржової і фінансової інформації, брокерські компанії, банки;
- статистична інформація – прогностні моделі і оцінки економічної, соціальної і демографічної сфер. Постачальниками є державні служби, компанії, консалтингові фірми;
- комерційна інформація щодо компаній, фірм, корпорацій, напрямам їх діяльності і продукції, ціни; про фінансовий стан, зв'язки угоди, керівників, ділові новини в галузі економіки і бізнесу. Постачальниками є спеціальні інформаційні служби.

2-й сектор —інформація для спеціалістів:

- професійна інформація – спеціальні дані та інформація для юристів, лікарів, викладачів, інженерів, метеорологів та ін..
- науково-технічна інформація – документальна, бібліографічна, реферативна, довідкова інформація в галузі природничих, технічних, суспільних наук, за галузями виробництва і сферами людської діяльності;

3-й сектор—*споживча інформація*:

- новини і література – інформація служб новин і агенцій преси, електронні журнали, довідники, енциклопедії;
- споживча інформація - розклад транспорту, резервування квитків та місць у готелях, замовлення товарів і послуг, банківські операції та ін..;
- розважальна інформація – ігри, телетекст, відеотекст.

4-й сектор—послуги освіти, які включають всі ступені освіти: дошкільну, шкільну, спеціальну, середньо професійну, вищу, підвищення кваліфікації і перепідготовку. Інформаційна продукція може бути у електронній і неелектронній формі: підручники, методичні розробки, практикуми, комп'ютерні ігри для розвитку, комп'ютерні навчальні і контролюючі системи, методики навчання та ін.

5-й сектор — інформаційні системи і засоби:

- програмні продукти - програмні комплекси, системне програмне забезпечення, програми загальної орієнтації, прикладне програмне забезпечення для конкретної сфери застосування та ін.;
- технічні засоби — комп'ютери, телекомунікаційне обладнання, оргтехніка, супутні матеріали і комплектуючі;
- розробка і супровід інформаційних систем і технологій – дослідження інформаційних потоків організації, розробка концептуальних інформаційних моделей, розробка структури програмного комплексу, створення і супровід баз даних;
- консультування з різних аспектів інформаційної індустрії – щодо придбання інформаційної техніки, програмного забезпечення для здійснення професійної діяльності, щодо використання відповідних інформаційних технологій та ін..

Особливості інформації як товару, перш за все, пов'язані з її інтелектуальною сутністю, з її здатністю впливати на створення нового інтелектуального (рішення, проекти, прогнози, ідеї, оцінки та ін.) і матеріального продукту. Вартість його визначається не стільки витратами на виробництво, скільки мірою впливу на виробництво створюваного за допомогою одержаної інформації нового продукту, ринковою кон'юнктурою.

Простота відтворення (копіювання, тиражування), можливість швидко доставити інформаційний товар дозволяють забезпечити високий прибуток виробникам інформаційного товару.

Специфічними для інформаційного товару є вимоги до його якості. Це пов'язано з тим, що інформація є дорогим товаром і таким, що швидко морально застаріває. Тому критеріями оцінки його якості є:

- повна відповідність змісту попитові конкретного користувача;
- надійність (повнота, відсутність “шумів”, новизна, достовірність);

- оперативність (своєчасність надання);
- відповідність форми товару (ясність, доступність і стислість викладення) потребам користувача.

У відповідності з інтересами виробників і користувачів інформації ринок знімає тематичні або формальні обмеження з інформації як товару, однак вносить обмеження у розповсюдженні інформації, пов'язані з необхідністю додержання комерційної таємниці підприємства і “інформаційної екології” інформаційного простору, що потребує високої інформаційної культури інформаційних менеджерів.

Інформаційну продукцію, яка є товарною основою інформаційного ринку, можна поділити на такі основні документальні групи:

- всі види професійних публікацій;
- наукова, техніко-економічна, технологічна, конструкторська, фінансова, комерційна, біржова, організаційно-методична документація;
- банки і бази даних, програми для ПК;
- адресно-довідкова інформація.

Виділяють такі основні особливості споживчої вартості інформаційних продуктів.

1. *Незнищуваність*. Інформаційний продукт зберігає інформацію, яка в ньому міститься, незалежно від того, скільки разів вона була використана. Більш того, ця інформація може бути багато разів тиражована різними користувачами, які мають до неї доступ.
2. *Деактуалізація* (старіння). Інформаційні продукти втрачають з часом притаманну їм спочатку споживчу вартість, тому що в суспільстві, яке розвивається, зміна необхідних користувачеві знань робить раніш накопичені інформаційні продукти все більш придатними до відтворення знань.
3. *Адресність*. Продукти повинні враховувати особливості тих чи інших груп користувачів і їх індивідуальні властивості.
4. *Наукоємність* виробництва інформаційного (інформаційно-аналітичного) продукту.

В основі створення інформаційних продуктів знаходяться інформаційно-когнітивні процеси, тобто процеси, пов'язані з представленням особистісних знань у вигляді інформації і відтворенням знань на основі інформації. Саме такий продукт, який надає користувачеві інформацію, з якої він може відтворити потрібне йому знання, користувач готовий купувати, співвідносячи плату з тією вигодою, яку йому може принести одержуване знання.

Функціонування інформації як товару і здійснення інформаційних послуг регламентується Законом України “Про інформацію”.

Стаття 39. Інформація як товар

Інформаційна продукція та інформаційні послуги громадян та юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством. Ціни і ціноутворення на інформаційну продукцію та інформаційні послуги встановлюються договорами, за винятком випадків, передбачених Законом.

Стаття 40. Інформаційна продукція

Інформаційна продукція - це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій.

Стаття 41. Інформаційна послуга

Інформаційна послуга - це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до користувачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

Товар, який надається на інформаційний ринок може мати будь-яку документальну форму і обсяг у відповідності з попитом.

Питання цін на інформаційну продукцію є досить складним, часто його може прояснити практика, але в будь-якому випадку вони повинні бути гнучкими, враховувати попит і пропозицію.

Електронні публікації

Основою ефективного функціонування підприємств в епоху розповсюдження Інтернет є стратегія *електронного бізнесу* у відносинах з усіма учасниками ділового процесу для одержання відчутних переваг у конкурентній боротьбі. Створення потужної Web-інфраструктури є ефективною основою для електронного бізнесу будь-якого типу, а основою цієї інфраструктури є електронні публікації.

Під створенням *електронних видань (electronic publishing)* розуміють створення інформаційних структур, які розповсюджуються надалі електронними засобами між конкретними користувачами. Електронні видання мають багато спільного з традиційними видами видавничої продукції (книги, журнали, фільми, кліпи), але їх унікальні можливості виходять за межі розуміння традиційного видавничого процесу.

Електронне видання може містити корпоративні фінансові звіти, періодику, архівні матеріали, технічну документацію. Переважна більшість електронних публікацій передбачає інтерактивну взаємодію з користувачем і наявність засобів навігації з використанням гіпертексту. Ключовим моментом у створенні публікацій є добір моделі документа,

засобів його доставки, способів взаємодії і апаратно-програмних засобів, прийнятних для певної групи користувачів.

Особливістю електронних публікацій є дешевий видавничий процес, обумовлений відсутністю високих накладних витрат на виготовлення і розповсюдження. Якщо видавець не зацікавлений в одержанні прибутку, він може просто розмістити документ в мережі, зробивши його доступним засобами Web.

Вибір способу розповсюдження електронної публікації залежить від кола потенційних користувачів і ринкової стратегії, розробленої для публікації. Сьогодні найбільш реальними є компакт-диски і мережа.

При створенні електронної публікації повинні бути закладені ідеї, цікаві читачам, тому потрібні автори і редактори; ці ідеї повинні відповідати способу представлення і змісту, тому потрібні видавці і інвестори; публікації повинні бути підготовлені для розміщення на носії – повинні розробники; якщо публікації будуть розміщені на компакт-диску – необхідні виготовлювачі; оскільки видання будуть продаватись і купуватись – необхідний маркетинг.

Як правило, видання мережевих документів ґрунтується на мові HTML.

Електронні публікації дозволяють використовувати накопичений організацією досвід для налагодження відносин з усіма учасниками ділових процесів, здійснюваних організацією.

Види електронних публікацій організації можуть бути такими:

- *статична публікація*: публікація змісту, який залишається незмінним, поки автор не змінить його вручну;
- *динамічна публікація*: публікація змісту, який автоматично змінюється, але виглядає однаково для будь-якої аудиторії;
- *“вибіркова” публікація*: публікація змісту, який побудований із заздалегідь визначених компонентів, які аудиторія підбирає самостійно, виходячи із своїх специфічних потреб;
- *адаптивна публікація*: публікація змісту, який складається із заздалегідь визначених компонентів, які може налаштувати як аудиторія, так і автор;
- *публікація, орієнтована на відносини*: залучення аудиторії до процесу публікації за рахунок створення середовища, до якого користувачі роблять свій внесок, надаючи відгуки і пропозиції.

Розробка електронної публікації містить такі головні компоненти:

- *створення змісту*: розробка змісту і його структурування за компонентами;
- *управління змістом*: оцінка, управління версіями і установка компонентів;

- *доставка змісту*: поєднання керованих компонентів і їх розподіл у різних середовищах для різних аудиторій.

Електронні публікації можуть бути статичними і динамічними (формується в момент звертання до них спеціальними програмами під час надходження запиту) і розміщуються на Web-сайтах організацій.

Розробка Web-сайта складається з таких основних операцій і потребує врахування таких основних компонентів сайта:

- розробка концепції сайта;
- створення продуманої зручної навігаційної системи сайта
- розробка інтерфейсу сайта
- розробка індивідуального дизайну сайта
- графіка і анімація
- web-програмування і верстання
- створення web-додатків;
- система управління змістом сайта;
- система управління доступом;
- форма замовлення;
- оновлюваний прайс-лист;
- каталог продукції;
- гостьова книга;
- система Інтернет-магазину;
- смуга новин
- система голосування;
- система збору статистики;
- дошка оголошень (форум);
- оптимізація сторінок для пошукових систем з підбором ключових слів;
- реєстрація у багатьох пошукових системах і каталогах;
- підтримка сайта (оновлення і обслуговування);
- тестування сайта;
- контент (зміст) сайта.

Можна виділити такі стандартні *види* сайтів:

- “візитна картка”;
- Інтернет-представництво;
- корпоративний сайт.

Візитна картка

Сайт типу “Візитна картка” рекомендується невеликим компаніям та окремим особам, які бажають бути представленими в Інтернет для довідкової підтримки клієнтів, анонсування інформації щодо пропонованих товарів і послуг. До сайта такого типу входять такі розділи:

- про компанію;

- розділ, присвячений презентації компанії, опису роду діяльності, рекламі;
- послуги (товари) і ціни;
- “як нас знайти”;
- розділ, який містить контактну інформацію, графічну карту проїзду, можливість зворотнього зв’язку (**E-Mail**), опис маршруту;
- розділ новин компанії.

Розробка такого сайту включає:

- розробку дизайну;
- сканування і опрацювання графічних матеріалів та ілюстрацій;
- створення інформаційного наповнення (приблизно 7 сторінок);
- використання анімації (динамічні кнопки, підказки та ін.).

Інтернет-представництво

Сайт “Інтернет-представництво” створюється для компаній, які планують використовувати інтернет з маркетинговою метою, для підтримки клієнта та просування бізнесу.

До складу такого сайту може входити електронний каталог товарів, реалізований на основі технології баз даних, захищена паролем система адміністрування динамічного наповнення сайту. Сайт, побудований на основі такого типового рішення, є системою, що розвивається і надалі може бути доповнений новими інформаційними розділами і програмними модулями.

Як правило, до такого сайту входять розділи:

- “Про компанію”;
- “Як нас знайти”;
- каталог товарів;
- прайс-листи, доступні для перегляду в Інтернет і зберігання на комп’ютері користувача;
- розділ новин компанії;
- розділ підтримки клієнтів;
- зворотній зв’язок;
- гостьова книга;
- системи “питання-відповідь”;
- система адміністрування сайту.

Розробка включає:

- розробку стилю і дизайн сайту;
- розробку структури подання інформації;
- сканування і опрацювання графічних матеріалів та ілюстрацій;
- створення інформаційного наповнення (приблизно 15 сторінок);
- використання анімації;
- створення форм зворотнього зв’язку;

- встановлення гостьової книги;
- розробка програмних засобів оновлення інформації сайту;
- розробка системи адміністрування сайту.

Корпоративний сайт

Корпоративний сайт створюється для компаній, які планують використовувати Інтернет як основний засіб продажу і залучення широкої аудиторії.

У межах такого проекту може бути здійснена розробка розділів підтримки регіонів, механізми взаємодії з партнерами, засоби автоматичної реєстрації партнерів і клієнтів компанії. Сайт може містити системи торгівлі через Інтернет.

До складу сайту можуть входити такі розділи:

- “Про проект”;
- “Контактна інформація”;
- реєстрація користувачів;
- ілюстрований каталог товарів;
- прайс-листи, доступні для перегляду в Інтернет і зберігання на комп’ютері користувача;
- розділ новин компанії;
- розсилання новин та комерційних пропозицій;
- динамічний блок “спеціальні пропозиції/лідери продаж”;
- розділ підтримки користувачів;
- розділ для партнерів;
- гостьова книга;
- форум;
- зворотній зв’язок;
- засоби анкетування з графічним відображенням результатів у реальному часі;
- програмні засоби оновлення новин;
- програмні засоби оновлення прайс-листів;
- система допомоги;
- інтерактивні засоби адміністрування сайту, які дозволяють самостійно змінювати значну частину інформації на сайті.

Розробка включає:

- розробку стилю і дизайн сайту;
- розробку структури подання інформації;
- сканування і опрацювання графічних матеріалів та ілюстрацій;
- створення статичного інформаційного наповнення (приблизно 20 сторінок);
- створення шаблонів динамічних сторінок;
- використання анімації;

- створення форм зворотнього зв'язку;
- встановлення гостьової книги;
- становлення форуму
- розробка програмних засобів оновлення інформації сайту;
- розробка системи адміністрування сайту;
- розробка засобів анкетування з графічним відображенням результатів.

Нижче наведено перелік і орієнтовна вартість послуг [56], які надаються при розміщенні інформації про фірму у мережі Інтернет.

Розробка Інтернет-представництв і Web-додатків

Вид робіт	Орієнтовна вартість (USD)
Типовий проект (рекламно-інформаційний сайт, 5-10 стор.). Дизайн, програми, адміністратор	600
Бізнес-проект (повнофункціональне корпоративне Інтернет-представництво, від 30 стор.). Бази даних.	від 3000
Проектування структури сайту (розробка дерева каталогів, системи навігації)	100-300 (залежно від складності)
<i>Web-дизайн</i>	
Розробка дизайну сайту (створення графічного макету сайту, стильове рішення (надання 2-х варіантів))	200-400
Розробка flash-сайту	від 300
Створення зображення (малюнок від руки; векторна графіка; колаж)	25-50
Редагування зображень, адаптація для розміщення в Інтернет	від 10
Сканування зображень	0,5-2,5
Верстання html-сторінки	5-25
Розробка статичного банера	10-30
Розробка анімаційного банера	30-70
Розробка flash-банера	від 50
<i>Web-програмування</i>	
Створення інтерактивних форм доступу до баз даних через Інтернет	від 200
Розробка баз даних з Intranet/Internet авторизованим доступом	400-600
Модуль "Новини"	50
Модуль "Інтерактивний прайс-лист"	200-1000
Модуль "Форум/Конференція"	від 400
Модуль "Дошка оголошень"	100
Модуль "Гаряча лінія"	100-300
Модуль "Колекція"/"Вітрина"	450
Модуль "Замовлення товару/послуги on-line" (по e-mail)	50-200
Модуль "Проведення інтерактивних опитувань" ("Голосування"/"Анкета")	200
Модуль "Гостьова книга"	від 50

Розробка програми поштової розсилки (mail-robot)	від 600
Розробка систем статистики	від 900

Інформаційний консалтинг

Згідно досліджень, опублікованих агентством Рейтерс, 91% менеджерів Франції і 95% менеджерів США вважають, що інформація є ключовим чинником, який впливає на прийняття рішень і використовують інформаційний підхід у прийнятті ділових рішень.

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям (в подальшому – клієнтам) з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Управлінське консультування дозволяє:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;
- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;
- надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними.

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації.

Інформаційний консалтинг - вид консультаційної діяльності, пов'язаної з аналізом документальних потоків, прогнозуванням ринку, пошуком нових можливостей розвитку бізнесу і ринків збуту, здійснюваною на основі збирання і аналізу ділової і науково-технічної інформації.

До сфери інформаційного консалтингу відноситься також проведення *інформаційних експертиз*, які включають пошук і оцінювання ідей, гіпотез, рішень, формування систем критеріїв оцінок, збирання і аналіз даних про партнерів і конкурентів, аналіз і прогнозування “лідерів” у комерції; аналіз соціально-політичного рейтингу та ін., а також *комунікативний аудит*.

Нижче наведено фрагмент прайс-листа [59] з широким спектром послуг, в тому числі, з інформаційного консультування:

Вид діяльності	Зміст діяльності	Вартість USD	Терміни (роб.днів)
Інформаційний консалтинг	Збирання ділової та науково-технічної інформації за заданим профілем у вітчизняних та зарубіжних відкритих джерелах інформації	Залежить від профілю	10
Добір інформаційних	Пошук джерел довідкової	20	5

ресурсів	інформації у друкованому і електронному вигляді за заданою тематикою (адресно-телефонні довідники, галузеві і регіональні каталоги, бази даних). Інформація надається у такому форматі: <ul style="list-style-type: none"> – опис ресурсу – характеристика (кількість записів, дата оновлення) – контактні дані (для електронних URL) – власник/видавець – вартість 		
----------	--	--	--

На сайті “Управлінське консультування”[74] представлено такий перелік послуг з інформаційного консультування:

- розробка стратегії інформаційного забезпечення;
- розробка інформаційних рішень, пристосованих до індивідуальних потреб замовника;
- підготовка інформаційно-аналітичних оглядів конкретних галузей і підприємств;
- надання бізнес-довідок про потенційних партнерів по бізнесу;
- створення і ведення баз даних.

Інформаційний консалтинг є особливим видом консультаційної діяльності і характеризується певними професійними рисами роботи консультантів:

1. *Загальна ерудиція та компетентність*

Практики-консультанти повинні володіти не тільки високим рівнем знань, навичок, досвіду та спеціальної компетенції, – їх успішна робота в цілому залежить від інтелектуальних та особистих рис.

2. *Незалежність та неупередженість.*

Внаслідок своєї економічної, адміністративної, емоційної незалежності консультанти, працюючи з клієнтом, пропонують необхідні об'єктивні рішення, які не впливають на їхні власні інтереси.

3. *Рекомендаційність пропозицій.*

Консультанти не мають адміністративної влади і виступають як радники запропонованих змін. Прийняття рішення та відповідальність за нього несуть менеджери та керівники організацій

4. *Спеціальна кваліфікована експертиза.*

Володіючи комплексом накопичених професійних знань та досвідом роботи, консультанти часто виступають як незалежні оцінювачі рішень клієнта.

5. *Конфіденційність.*

Дотримання інформаційної безпеки гарантує клієнту, що інформація щодо проблем даної організації не вийде за її межі.

Потреба у допомозі консультантів обумовлена не тільки їх знаннями, аналітичними вміннями та методологічними підходами, які може привнести консультант до клієнтської організації, а й тим, що сторонні консультанти покликані допомагати менеджерам орієнтуватися в складних умовах прискорення технологічних змін, швидкого зростання ділової активності з метою впливу на розвиток організації.

Потенційними користувачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. Проте проблема трансформації потреб в управлінському консультуванні у тривалий попит на нього є актуальною як для ринку в цілому, так і для кожної конкретної консультаційної фірми.

Формування ринку товарів і послуг характерне активним впровадженням технологій реклами, серед яких можна виділити прийоми “Public Relation” – як галузі інформаційних і соціальних комунікацій [71]. Цей напрям запозичує з інформаційної діяльності прийоми і технології, зокрема, організацію інформаційно-аналітичної і експертної діяльності, проведення виставок, конференцій, презентацій, нарад; технологію прогнозування, яка використовує характерні для інформатики інформаційні джерела; технологію інформаційної розвідки по відкритих джерелах інформації (наприклад, фірмовий аналіз і прогнозування діяльності підприємств різних форм власності, підготовка і редагування аналітичних і ситуаційних матеріалів, організацію в засобах масової інформації «інформаційно-іміджевої» кампанії, аналітичне забезпечення виборчих кампаній та ін.

Для ефективної роботи необхідне знання джерел інформації, характеристик інформаційних масивів: розсіяння інформації, старіння, актуальності інформації, оцінювання характеристик інформації – якісних (достовірність, об’єктивність, однозначність, своєчасність, релевантність, пертинентність, актуальність), кількісних (повнота, достатність), ціннісних.

Динаміка конкретного товарного ринку визначається маркетинговою політикою і конкурентною боротьбою фірм, які позиціонують на ринку свою продукцію. Кваліфіковане збирання і обробка інформації про конкурентів дозволяє синтезувати прогноз його ініціатив на товарних ринках, які цікавлять фірму, оцінити реальну загрозу інтересам фірми за різними напрямками її діяльності [92].

Компанії фінансового сектору, фірми, які працюють у сфері дозвілля і подорожей, авіакомпанії, некомерційні організації, продавці товарів довготермінового користування формують власні бази даних клієнтів, угод, проведених маркетингових кампаній. Дані для ведення таких баз

даних одержують як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел. Робота як з традиційними джерелами інформації, так і з нетрадиційними (наприклад, мережа Інтернет) потребує знання загальних інформаційних законів розсіювання інформації, зміни актуальності інформації, систематизації інформації за різними критеріями, уміння вироблення пошукової стратегії. Слід зазначити, що в умовах формування інформаційного ринку, інформація, якою володіють підприємства, є товаром, здатним викликати “інформаційний інтерес” учасників ринку до інформаційної продукції у вигляді баз і банків даних, адресно-довідкової інформації, аналітичних оглядів і прогнозів та ін.

Широкого розповсюдження набула інформаційна діяльність у віртуальному середовищі. Глобальна інформаційна мережа Інтернет стає все більш звичним і привабливим середовищем для підприємств і організацій як з технологічної, так і з комунікаційної точки зору, використовується для створення позитивного іміджу організації у зовнішньому середовищі, для здійснення маркетингових комунікацій, пошуку необхідної інформації в он-лайн баз даних, що потребує знання законів інформації, вміння її аналітичної переробки і представлення, теорії інформаційного пошуку.

При розв’язанні бізнесової стратегії підприємства все частіше вдаються до використання середовища мережі Інтернет (табл.8).

Таблиця 8

Перелік бізнес-завдань, які можна вирішувати за допомогою Інтернет-технологій

Бізнес-завдання	Спосіб розв’язання
PR, реклама	Власний сайт, реєстрація сайту у пошукових системах, галузевих і регіональних каталогах, порталах та ін. Використання у “офф-лайн” виставках, звичайній рекламі посилань на адресу сайту. Створення інформаційних приводів і персональна розсилка з пропозицією відвідати сайт. Банерний обмін. Зворотній зв’язок: статистика відвідувань сайту за рахунок лічильника.
Просування компанії у віддалених регіонах	Зручна організація робочого процесу взаємодії з клієнтами на сайті. Реєстрація сайту у галузевих та регіональних порталах, каталогах.
Зниження витрат на організацію контактів і складної комунікації.	Розміщення на сайті “кейсів”, які демонструють типові рішення і послуги. Рубрика типових питань-відповідей. Розміщення на сайті повної інформації про компанію, її контактні дані та ін.
Просування ідеології	Проектування зв’язку офф-лайн заходів (виставок, семінарів) і відображення їх на сайті. Активне використання сторонніх Інтернет-ресурсів: форумів, Інтернет-журналів та ін.
Формування бізнес-	Сайт з порталними функціями. Орієнтація на цільову

спільноти	аудиторію.
Управління іміджем на коротких проміжках часу	Використання зворотнього зв'язку (набору статистики, відвідування сайта) для корекції розміщеної інформації. Використання розсилки. Розташування на сайті експертних знань у цій професійній галузі.
Організація мереженої взаємодії	Залучення на сайт цільової аудиторії. Реєстрація користувачів сайта. Особисті сторінки на сайті
Управління зовнішніми зв'язками і логістика матеріальних, інформаційних потоків	Сайт підключається до бази даних. Використання каталогів.
Інформаційна розвідка і моніторинг бізнес-оточення	Інформаційний пошук Інтернет-ресурсів у професійній галузі і в суміжних галузях. Укладання карт Інтернет-оточення компанії. Постійне відслідковування змін у інформаційному просторі.
Одержання переваг у конкурентній боротьбі	Аналіз ситуації. Проектування вигідного становища на ринку. Виявлення груп впливу, на які можна спиратись. Активна інформаційна політика.

Мережа Інтернет, як і традиційні масиви інформації, підпорядковується загальним інформаційним законам і класичним законам теорії інформаційного пошуку, але разом з тим відкриває раніш не бачені можливості для соціально-комунікаційної діяльності: здійснення соціологічних опитувань, зв'язків з громадськістю для органів державної влади і управління, реклами товарів і послуг для будь-яких підприємств і організацій, дистанційного навчання.

Запозичені з інших галузей діяльності терміни для позначення функцій інформаційного посередництва, зокрема термін “брокер”, що визначається як “окрема особа або фірма, яка спеціалізується на посередницьких операціях з певними видами товарів або послуг”¹, відповідає сутності діяльності інформаційного посередника.

Інформаційний посередник (або брокер) – це особа або організація, яка здійснює зв'язок між виробниками інформаційних продуктів та послуг і їх користувачами, володіє знаннями про ринки збуту і продукти та способи їх одержання.

Діяльність інформаційних посередників в умовах мережевого суспільства полягає у створенні іміджу організації в глобальному інформаційному середовищі, презентуючи в мережі Internet послуги і продукти, які надає організація, надаючи інформацію про діяльність організації, розробляють Web-сайт організації, планують його діяльність, актуалізують представлену на ньому інформацію, здійснюють пошук інформації в мережі для забезпечення інформаційних потреб організації і її

¹ Словарь иностранных слов и выражений.-М.:Олимп, 1997.-608 с.

клієнтів, організують навчання працівників, надають рекомендації з пошуку інформації, розробляють інструкції, довідники з ресурсів мережі та ін. Таким чином, інформаційний брокер в організації трансформує інформацію із зовнішнього контуру у внутрішній і навпаки, здійснює маркетингову комунікацію, як систему налагодженого обміну інформацією з ринком збуту, яка дозволяє підприємству адаптуватись до зміни ринкових умов і досягати поставлених цілей [45].

Аналіз інформаційних ресурсів підприємств, організацій, бібліотек, інформаційних центрів і застосування відповідних комп'ютерних технологій з метою представлення інформації у телекомунікаційному середовищі включає традиційні методи роботи з документами і сучасні технології представлення документів для їх функціонування у мережі Інтернет: аналітико-синтетична переробка, структурування інформації, формальний опис документів, їх вербальних і структурно-графічних компонент, проектування і підтримка WEB-сторінок, редагування і модифікація (оновлення) представленої у мережі інформації.

Узагальнену структуру діяльності інформаційних брокерів мережі Інтернет, вимоги до їх знань і умінь можна представити таким чином:

- організація комунікацій у глобальному інформаційному середовищі мережі Інтернет: організація ділових контактів за допомогою мережі, участь у проектах із створення “віртуальних корпорацій”, “електронних бібліотек”;
- адаптація інформаційних ресурсів підприємства до розповсюдження їх через глобальні інформаційні мережі;
- інформаційне наповнення WEB-сайта маркетинговою, рекламною, бібліографічною інформацією, повнотекстовими базами даних;
- пошук інформації у мережі Internet з метою задоволення інформаційних потреб користувачів;
- розробка рекламно-інформаційних матеріалів для розміщення їх в мережі Інтернет;
- аналіз і планування номенклатури інформаційної продукції і послуг, які надходять від організації у зовнішнє середовище;
- вивчення потреб працівників підприємства у зовнішній інформації;
- інформаційно-аналітичний моніторинг документного потоку мережі Інтернет;
- підготовка аналітичних і оглядових матеріалів на основі одержаної з мережі інформації;
- участь у створенні і актуалізації баз і банків даних регіональної інформації;
- володіти методами аналітико-синтетичної переробки інформації,
- вміти оцінювати інформаційно-ресурсний потенціал підприємства,
- вміти прогнозувати інформаційний попит

- оптимізувати форми і диверсифікувати методи представлення інформації користувачам віртуального середовища,
- знати інформаційні ресурси сфери культури і мистецтва, управління і законодавчої влади, науки і освіти.
- знання глобальних інформаційних мереж в інформаційно-комунікаційному аспекті
- володіти методами системного дослідження інформаційних потреб користувачів;
- вміти раціонально і ефективно здійснювати комунікації за допомогою мережі Інтернет у політиці, бізнесі, науці, культурі, освіті, дозвіллі;
- вміти здійснювати інформаційну експертизу ресурсів.

Інформація як об'єкт захисту

Сектор ділової інформації, представлений такими видами і джерелами як біржова, фінансова, економічна, статистична та комерційна інформація. Поряд із факторами, які забезпечують комерційну цінність інформації (повнота, точність, оперативність), особливого значення набуває доступність її для споживача. Цінністю обладает тільки та інформація, котрую можно использовать. С этого момента все зависит от того в каких или в чьих целях будет использована информация, а поэтому какую информацию можно передавать открыто, а какую нужно оберегать, сделать из нее тайну.

Службову таємницю організації становлять відомості про фінанси та бюджетну політику, відомості про організацію внутрішньовиробничої та управлінської діяльності із забезпечення захисту цих відомостей відповідно до норм діючого законодавства.

Такими відомостями є:

- відомості щодо пропозицій організації до проектів документів на державному рівні;
- внутрішні кварталні, піврічні та річні звіти про результати діяльності організації;
- відомості про технічні заходи підприємств із забезпечення інформаційної безпеки;
- матеріали, у яких визначається стратегія на майбутній рік і на більш далеку перспективу;
- внутрішні довідки про результати діяльності організації;
- доповідні записки на ім'я керівництва організації з основних напрямів діяльності;
- інструкції, розроблені в організації;

- доповідні записки на ім'я керівництва організації за матеріалами ревізій структурних підрозділів, що містять висновки та пропозиції, пов'язані з діями посадових осіб;
- прогнози різноманітного характеру;
- штатний розклад організації;
- телефонний довідник організації;
- відомості про партнерів;
- документи з охорони і захисту конфіденційних відомостей;
- відомості, які розкривають систему захисту конфіденційної інформації, в тому числі, при використанні електронних технологій;
- листування організації з правоохоронними органами;
- рахунок прибутків і видатків організації;
- матеріали ревізій, що проводились в організації та у підвідомчих закладах;
- система розмежування повноважень на інформаційному об'єкті;
- паролі та ідентифікатори клієнтів, працівників, використовувані на автоматизованих системах;
- порядок доступу осіб у приміщення з обмеженим доступом;
- проект комплексного захисту інформаційної системи, алгоритми, програми шифрування і дешифрування інформації.

Комерційну таємницю становлять економічні інтереси та інформація про різні сфери виробничо-господарської, управлінської, науково-технічної, фінансової діяльності організації, охорона яких обумовлена інтересами конкуренції та можливою загрозою економічній безпеці підприємства.

До таких відомостей відносяться:

- комерційні угоди, укладені організацією;
- угоди з іншими організаціями;
- відомості про перспективні експериментальні розробки до їх впровадження і реклами;
- фінансові документи організації;
- відомості, які надані виконавцями робіт підприємству як конфіденційні, що стосуються комерційних відносин між сторонами;
- відомості про фінансовий стан виконавців;
- зміст переговорів з клієнтами щодо окремих видів робіт і послуг;
- протоколи зустрічей керівників організації з виконавцями з питань організації робіт;
- файли баз даних, що містять конфіденційні відомості;
- внутрішні нормативні документи організації;

- відомості, що розкривають інформацію про фінансовий стан працівників;
- відомості про порушення партнерами договірних зобов'язань, правил роботи, про штрафи і санкції до них;
- відомості про розподіл прибутків;
- відомості про стратегічні і перспективні напрями роботи організації;
- відомості про наявність вільних кредитних ресурсів та їх розміщення;
- умови видачі кредитів конкретним одержувачам (процент кредитної ставки, терміни, застава тощо);
- вартість послуг для конкретного клієнта;
- інженерно-економічні розрахунки і прогнози техніко-економічного стану і розвитку організації.

Персональна таємниця – це інформація, яка містить відомості про фізичну особу, і дозволяє цю фізичну особу ідентифікувати. До відомостей, що становлять персональну таємницю, відносяться:

- особова справа працівника організації;
- відомості про клієнтів і працівників після звільнення;
- заходи із забезпечення збереження, цілісності і достовірності персональних даних;
- результати аудиту використання і захисту персональних даних.

Методи захисту інформації

Засоби захисту інформації обираються відповідно до змісту таких структурних елементів моделі інформаційної безпеки підприємства:

1. Об'єкти злочинних посягань

- технологічний процес опрацювання, передачі та зберігання інформації;
- інформаційні ресурси.

2. Перелік загроз

- порушення термінів і порядку проходження документів;
- викривлення, фальсифікація, переадресування, несанкціоноване знищення, неправдива авторизація документів та повідомлень, які зберігаються у системі;
- порушення конфіденційності інформації, яка віднесена до комерційної таємниці.

3. Можливі суб'єкти, що здійснюють злочинні посягання

- співробітник підприємства, який має повноваження доступу до інформаційної системи підприємства;
- співробітник підприємства, який не має повноважень доступу до інформаційної системи підприємства;

- особа, яка не є співробітником підприємства і не має повноважень доступу до інформаційної системи.

4. Можливі типи структурних посягань у інформаційній системі підприємства

- втручання у технологічний процес опрацювання, зберігання і передавання інформації з метою реалізації злочинного посягання;
- використання санкціонованого користувача для втручання у технологічний процес опрацювання, зберігання і передавання інформації з метою реалізації злочинного посягання.

5. Форми здійснення злочинних посягань

- змова, яка включає співробітника (співробітників) підприємства як учасника;
- використання співробітника (співробітників) підприємства без їхнього відома;
- здійснення економічного, фізичного або морального тиску на співробітника (співробітників) підприємства;
- імітація із злочинною метою дій санкціонованого користувача, який знаходиться на території підприємства;
- імітація із злочинною метою дій санкціонованого користувача, який знаходиться поза територією підприємства.

6. Група ризику санкціонованих користувачів

- співробітники підприємства, що задіяні у технологічних процесах опрацювання, передавання і зберігання інформації;
- співробітники підприємства, що не задіяні у технологічних процесах опрацювання, передавання і зберігання інформації, але мають можливість організувати втручання у технологічний процес;
- співробітники організацій, з якими підприємство взаємодіє у процесах обміну інформацією, або співробітник організацій, які є для підприємства виконавцями робіт за угодами на тимчасовій або постійній основі.

6. Група ризику несанкціонованих користувачів

- Співробітники підприємства, які мають можливість здійснювати економічний, фінансовий або моральний вплив на санкціонованих користувачів інформаційної системи з метою реалізації злочинного посягання у інформаційній сфері;
- Колишні співробітники підприємства або співробітники організацій, які взаємодіють з підприємством, які раніш мали доступ до інформаційної системи;
- Злочинні елементи.

8. Мотиви злочинних посягань

- економічний;
- емоційний (акт особистої помсти, образа та ін.);

- політичний (з метою завдання шкоди національній системі або країні уцілому).

9. Можливі місця здійснення злочинних посягань

Будівлі, приміщення, технічні засоби (обчислювальна техніка, телекомунікаційне обладнання, канали зв'язку, програмні засоби).

Практичне завдання №1

Виконати комунікативний аудит організації у середовищі мережі Інтернет. Зробити висновки щодо ефективності комунікативної політики, яка проводиться організацією. Оформити звіт, у якому відобразити:

- назву і адресу використаної інформаційно-пошукової системи, навести пошуковий запит у тому вигляді, у якому він був внесений до ПС;
- перелік джерел (посилань), за якими було виконано пошук, або, якщо їх багато, вказати кількість;
- результати виконаного контент-аналізу виявлених джерел;
- висновки щодо ефективності комунікативної політики організації.

Практичне завдання №2

Виконати поетапну розробку проекту створення інформаційного продукту (наприклад, мультимедійний проект CD-R, проект видання книги, розробки WEB-сайта організації та ін.).

Можливі етапи проекту: визначення необхідних матеріально-технічних засобів для виконання проекту, вибір (склад і кількість) виконавців проекту, графік виконання робіт (послідовність та паралельність виконання видів робіт, норми часу на виконання робіт), маркетингові заходи та ін.

При виконанні завдання використовувати знання з *менеджменту проектів* і відповідні програмні засоби для побудови структури управління проектом (наприклад, MS Project).

Практичне завдання №3

Розробити і реалізувати “сценарій” WEB-сторінки. Проект оформлюється у вигляді звіту, у якому сформульовано завдання, описано призначення сторінки, характеристику користувачів, обґрунтовано вибір спосіб вирішення завдання, описано структуру даних, сценарій діалогу, характер інформації, аналіз результатів і список використаної літератури у процесі створення інформаційного продукту.

Приклад структури звіту:

Вступ

1. Характеристика сторінки:

- призначення і можливості інформаційного продукту;

- характеристика користувачів за інформаційними потребами;
 - характер інформації (форма представлення визначається типом інформації: фіксована таблиця постійного розміру, варіантна таблично-текстова форма, суто текстова форма та ін.).
2. **Схема аналізу зручності роботи із сторінкою:**
- аналіз зручності роботи, виходячи з суб'єктивного сприйняття системи користувачем (відсутність ускладнень в роботі, дизайн і психологічне сприйняття, передбачення користувачем поведінки системи).

Висновки

Література

Запитання для самоперевірки:

1. Назвати основні сектори інформаційного ринку і розкрити їх зміст.
2. Назвати основні види електронних публікацій організації.
3. Розкрити зміст інформаційного консалтингу.
4. Назвати основні професійні риси роботи інформаційних консультантів.

Література

1. Сејрек J. Informace, komunikace a myšlení. Uvod informacní vedy.- Praha: Karolinum.-1998.-179 s.
2. Microsoft Press. Толковый словарь по вычислительной технике/Пер. с англ.-М.:Издательский отдел «Русская редакция», 1995.-496 с.
3. Айламазян А.К., Стась Е.В. Информатика и теория развития.-М.: Наука, 1989.-174 с.
4. Арутюнов В.В. О некоторых организационно-психологических аспектах внедрения информационных технологий//НТИ.Сер.1.-2000.-№1.-С.28-31.
5. Аугустинайтис А., Абарюс П. Информационный менеджмент: наука и преподавание [Электрон.ресурс].-Спосіб доступу:URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.-Загол. з екрану.
6. Болес М. Информационные войны: две культуры и конфликт в информационном поиске, 1945-1999г.г.//Междунар.форум по информ.и докум.Т.25.-2000.-№3.-С.3-11.
7. Бурый-Шмарьян О.Е. Хозяйственный расчет в службах научно-технической информации//НТИ.Сер.1-1989.-№2.-С.13-22.
8. Верников Г. Описание стандарта информационного моделирования IDEF1 [Электрон.ресурс]:URL: <http://www.itlab.ru.>-Загол. з екрану.
9. Воройский Ф.С. Информатика. Новый систематизированный толковый словарь-справочник.М.: Либерия, 2001.-536 с.
10. Вудвок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер.-М., 1991.-С.21.
11. Гиляревский Р.С. Библиотекведение и информатика: общие тенденции в развитии и преподавании.-М.:Наука, 1974.-204 с.
12. Гиляревский Р.С. Что такое информатика?//НТИ.Сер.1.-1989.-№11.-С.18-21.
13. Гиляревский Р.С., Шрейдер Ю.А. Семиотика научно-информационных процессов//НТИ.Сер.2.-1979.-№1.-С.1-7.
14. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования. Направление 521500 “Менеджмент” [Электрон.ресурс].-Спосіб доступу:URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.-Загол. з екрану.
15. Гриценко В.И., Панышин Б.Н. Информационная технология: состояние и вопросы развития.- К.: Наукова думка, 1989.-272 с.
16. Давидова І. Ринкова трансформація інформаційної діяльності в Україні//Вісник Книжкової палати.-2001.-№8.-С.21-24.
17. Друкер П.Ф.Задачи менеджмента в XXI веке.-СПб;Киев: Вильямс, 2000.-

18. Друкер П.Ф. Практика менеджмента. - СПб; Киев: Вильямс, 2000. -
19. Дулатова А. Вводный или обобщающий? // Библиография. - №2. - 1998. - С.7-13.
20. Закон України "Про інформацію" (від 2 жовтня 1992 р.): №2657-ХІІ//Відомості Верховної Ради України. - 1992. - №48. - С.650.
21. Закупень Т.В. Об информационном обеспечении управленческой деятельности госструктур//НТИ.Сер.1.-1997.-№8.-С.12-18.
22. Иванкин В.И. Источники информации для органов НТИ в условиях рыночной экономики//НТИ.Сер.1.-1999.-№6.-С.22-32.
23. Ильганаева В.А., Давыдова И.А. Управление информацией как предмет преподавания//Научно-технические библиотеки.-2001.-№10.-С.48-61.
24. Каныгин Ю.М. Основные понятия информатики//Теоретические и учебные аспекты информатики:Сб. науч.тр.-Киев:Ин-т кибернетики им.В.М.Глушкова АН УССР, 1987.-С.4-11.
25. Каныгин Ю.М., Куркурина Л.И. Методы информатики в анализе документооборота//Информатика и науковедение. 1 Всесоюзная конференция. Тезисы докладов и сообщений (г.Тамбов, 1988).- С.126-127.
26. Каптерев А.И. Информационный анализ профессионального пространства.-М.:МГИК, 1992.-143 с.
27. Карданская Н.Л. Основы принятия управленческих решений.-М.:Русская Деловая Литература, 1998.-288 с.
28. Карминский А.М., Нестеров П.В. Информатизация бизнеса.-М.:Финансы и статистика 1997.-416 с.:ил.
29. Клуб Деловой Информации "Санкт-Петербург». Политическая, коммерческая, юридическая, научная, адресно-справочная информация.[Електрон.ресурс].-Способ доступа: URL: <http://www.stpeteclub.ru:8081/glossary>.-Загол. з екрану
30. Коган В.З. Демон информации в современном мире (к методологии информационного подхода)//НТИ.Сер.1.-1998.-№5.-С.1-12.
31. Колин К.К. Информационная революция и фундаментальная информатика//НТИ.Сер.1.-2001.-№6.-С.1-8.
32. Колин К.К. Эволюция информатики и проблемы формирования нового комплекса наук об информации//НТИ.Сер.1. -1995.-№5. -С.1-7.
33. Кон И.С. Социология личности.-М.:Политиздат, 1967.-383 с.
34. Кулешов С.Г. Документознавство: Історія. Теоретичні основи/УДНДІАСД, ДАККіМ.-К., 2000.-161 с.
35. Кэннигнхэм С. Электронные издания сегодня и завтра [Електр.ресурс].-Способ доступа:URL: <http://www.osp.ru/os/1995/05/69.htm>.-Загол. з екрану.

36. Левин А.И. Социальные аспекты электронной революции//Информационное общество.-2000.-№1.-С.33-36.
37. Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений//НТИ.Сер.1.-№11.-1996.-С.1-16.
38. Матвієнко О. Менеджмент інформаційних систем і його місце в галузі сучасного управління //Вісник Книжкової палати.-1999.-№4.-С.27-29.
39. Матвієнко О., Цивін М. INTERNET – засіб доступу до міжнародних інформаційних ресурсів //Бібліотечний вісник.-1996.-№1.-С.5-7.
40. Матвієнко О.В. Досвід підготовки інформаційних спеціалістів в зарубіжних країнах//Рідна школа.-2001.-№10.-С.
41. Матвієнко О.В. Завдання діяльності спеціалістів у галузі інформаційного забезпечення сфери підприємництва//Вісник Книжкової палати .-2001.-№1.-С.12-15.
42. Матвієнко О.В. Концепція менеджменту інформаційних систем в контексті загальних проблем інформатизації суспільства//Вісник Книжкової палати.-2002.-№10.-С. 17-20.
43. Матвієнко О.В. Менеджмент інформаційних систем як інтегрована організаційна стратегія інформаційної діяльності в системі управління// Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції “Теорія і практика управління організацією з погляду тисячоліть” (Київ, 24-26 травня 2001 р.).-К.: Політехніка, 2001.-С.160.
44. Матвієнко О.В. Моделювання експертного опитування як одна з активних форм навчання менеджерів інформаційних систем//Вісник КНУКіМ.-2001.-№4.-С.61-67.
45. Матвієнко О.В. Підготовка спеціалістів з інформаційної діяльності в галузі віртуальних комунікацій//Бібліотечна наука, освіта, професія у демократичній Україні: Зб.наук.праць.-К., 2000.-Вип.2.-С.46-54.
46. Матвієнко О.В. Психологічні аспекти взаємодії в метасистемі «люди-об’єкти-середовище» при здійсненні інформаційної діяльності//Управління сучасним містом.-2001.-№4-6(2).-С.60-66.
47. Матвієнко О.В. Психолого-професійні особливості діяльності менеджера інформаційних систем//Теоретичні питання освіти та виховання. - 2001.-№15.-С.55-58.
48. Матвієнко О.В. Соціально-психологічні аспекти інформаційної взаємодії в системі управління//Вісник КНУКіМ.-2000.-№3.-С.36-41.
49. Матвієнко О.В. Сучасні тенденції у професійній підготовці спеціалістів інформаційного профілю//Рідна школа.-2001.- №8.
50. Матвієнко О.В. Формування вимог до системи знань менеджерів інформаційних систем//Проблеми освіти.- 2001.- № 23.- С.8-15.

51. Матвієнко О.В. Функції інформаційних аналітиків у процесі підготовки прийняття управлінських рішень//Наукові праці Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського. Вип.5.-К.:НБУВ, 2000.-С.315-320.
52. Матвієнко О.В., Цивін М.Н. Менеджмент інформаційних офісних систем: Навч.посібник.-К.: Вид-во НТУ, 2001.- 154 с.
53. Матвієнко О.В.Нові напрями підготовки спеціалістів в умовах інформатизації управління//Вісник Книжкової палати.-2000.-№7.-С.19-22.
54. Минкина В.А. От информационного обеспечения к информационному управлению//НТИ.Сер.1.-2002.-№4.-С.19-23.
55. Михайлов А.И., Черный А.И., Гиляревский Р.С. Научные коммуникации и информатика.-М.:Наука, 1976.-436 с.
56. Московский Центр Деловой Информации "Бинек" [Електрон.ресурс].-Спосіб доступу: URL: <http://company2.bines.ru/internet/radioprice.asp>.-Загол.з екрану.
57. Полищук Ю.М., Хон В.Б. Теория автоматизированных банков информации.-М.:Высшая школа, 1989.-184 с.
58. Проблемное осмысление информации[Електрон.ресурс].-Спосіб доступу: URL:http://www.psymanager.km.ru/psychology/reshenie/file_smusl.html.-Загол.з екрану
59. Продукты и услуги [Електр.ресурс].-Спосіб доступу: URL: <http://www.directinfo.spb.ru/prod/>.-Загол.з екрану
60. Разработка государственной политики в области создания и использования информационного ресурса и программа модернизации системы НТИ//НТИ.Сер.1.-1990.-№9.-С.9-21.
61. Райков А.Н. Информационно-аналитические технологии для федеральных органов исполнительной власти//НТИ.Сер.1.-1995.-№5.-С.15-19.
62. Рекомендації міжнародної наукової конференції “Бібліотечно-інформаційний сервіс”//Бібліотечний вісник.-2001.-№1.-С.45-46.
63. Салчинский В.И. Определение понятия «качество документальной научно-технической информации»//НТИ.Сер.1.-1981.-№5.-С.6-8.
64. Сенченко Н.И. Библиотеки и компьютеры/ Под ред. В.В.Васильева.-Киев: Наук. думка, 1990.-216 с.
65. Сладкова О.Б. Гносеологическая сущность мониторинга//НТИ.Сер.1.-№7.-1999.-С.13-17.
66. Сляднева Н.А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы [Електрон.ресурс].-Спосіб доступу:URL: <http://www.meta-ukraine.com/>.-Загол. з екрану.
67. Современная информатика: наука, технология, деятельность/Р.С.Гиляревский, З.Залаев, И.И.Родионов, В.А.Цветкова; Под ред.Ю.М.Арского.-М.:ВИНИТИ, 1998.-220 с.

68. Соколовская Т.Б. О комфортности информационной среды//НТИ.Сер.2.-1978.-№11.-С.1-7.
69. Тарапанова К. Интеллектуальное общество и информационный работник: требования и возможности//Междунар. форум по информ. и докум.Т.25.-2000.-№1.-С.24-30.
70. Терещенко С.С. Аналитическая и экспертная деятельность: настоящее и будущее//НТИ.Сер.1.-1999.-№1.-С.32-41.
71. Терещенко С.С. Научно-информационная деятельность и проблемы связи с общественностью// НТИ.Сер.1.-№10.-1998.-С.1-8.
72. Толковый словарь по основам информационной деятельности/Под ред.проф.Н.Н.Ермошенко.-К.:УкрИНТЭИ, 1995.-252 с.
73. Управление знаниями – миф или реальность//Компьютерные ведомости.-2001.-№1.-С.42-44.
74. УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ [Электрон.ресурс].-Способ доступа: URL: <http://rus.nnac.com.ua/extensions/consulting/>.-Загол.з экрану
75. Управление информацией в менеджменте [Электрон.ресурс].-Способ доступа: URL: www.de.nwpi.ru/courses/man/base_man/.-Загол.з экрану
76. Урсул А.Д. Проблема информации и информатизации общества//НТИ.Сер.1.-1991.-№6.-С.1-8.
77. Фрумкина Р.М., Шоштайшвили И.А. Вокруг Интернета: надежды, иллюзии, факты//НТИ.Сер.1. –1997. –№5.С.1–8.
78. Харченко В. Сайт как товар//Компьютеры+Программы.-2001.-№4.-С.30-32.
79. Хохлова Н.В., Устименко А.И., Петренко Б.В. Информатика: Учебное пособие.-Минск: Высшая школа, 1990.-195 с.
80. Цивін М.Н., Матвієнко О.В. Інформаційні технології: вдосконалення кадрового підходу до їх впровадження в управління виробництвом//Харчова і переробна промисловість. -1998.- №7.- С.23-25.
81. Чачко А.С. Библиотекведение в человеческом измерении.-К.-М., 2000.-168 с.
82. Черный А.И. Глобализация информации. Сетевое информационное общество//НТИ.Сер.1.-1997.-№5.-С.36-37.
83. Чубукова О.Ю. Экономическая модель предоставления информационных продуктов и услуг//НТИ.Сер.1.-2002.-№1.-С.12-15.
84. Шапиро Э.Л. О взаимодополняемости формальных и неформальных коммуникаций//НТИ.Сер.1.-1976.-№3.-С.3-6.

85. Шемакин Ю.И. Тезаурус в автоматизированных системах управления и обработки информации.-М., Военное издательство Министерства обороны, 1974.-190 с.
86. Шехурин Д.Е. Некоторые вопросы создания единого информационного рынка//НТИ.Сер.1.-1991.-№2.-С.12-19.
87. Шрейдер Ю.А. Информатизация и культура//НТИ.Сер.2. -1991.-№8. -С.1-9.
88. Шрейдер Ю.А. Информационные процессы и информационная среда//НТИ.Сер.2.-1976.-№1.-С.3-6.
89. Шрейдер Ю.А. О феномене информационного продукта//НТИ.Сер.1.-1989.-№11.-С.21-24.
90. Штарков С.В. Региональная информатизация: методика и практика //НТИ.Сер.1.-1997.-№8.-С.21-25.
91. Яновский А.М. Информация – товар рыночный//НТИ.Сер.1.-1999.-№6.-С.12-14.
92. Яновский А.М. Некоторые возможности использования в бизнесе информации о конкурентах//НТИ.Сер.1.-№1-2000.-С.31-33.
93. Маршанд Д.А. Как работают с информацией в вашей компании? (Фрагменты из книги "Мастерство: Менеджмент") [Електр.ресурс].-Списіб доступу:URL:
http://www.cfin.ru/itm/info_processing.shtml - Загол з екрану.

Додаток 1

Інформація - документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

Повідомлення – форма, в якій передається інформація в процесі комунікації; впорядкована послідовність відомостей (даних), призначена для передачі в інформаційно-комунікаційному процесі.

Дані – відомості про факти, події, поняття, ідеї, подані у формалізованому вигляді, зручному для зберігання, обробки, пересилання та інтерпретації користувачами інформаційної системи.

Носій даних - матеріальний об'єкт, за допомогою якого можна зберігати та передавати інформацію

Записана інформація – інформація, що зберігається за допомогою носія даних.

Користувач – особа чи організація, що має право на отримання послуг, які надаються бібліотекою, інформаційним центром, будь-якою інформаційною системою.

Опрацювання даних – операції, що виконуються з даними за точними правилами процедур.

Документація – множина документів, підібраних зі спеціальною метою.

Документ – записана інформація, яка може розглядатися як одиниця у ході здійснення інформаційної діяльності.

Інформаційна потреба – необхідність отримання інформації, яка відповідає характеру виконуваних дій або робіт.

Інформаційний запит – записаний природною чи інформаційною мовою текст, що виражає деяку інформаційну потребу.

Релевантність – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, змісту інформаційного запиту.

Пертинентність – характеристика ступеня відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, інформаційній потребі, вираженій в інформаційному запиті.

Інформатизація - це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних

систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, створених на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки **Національна інформаційна інфраструктура** – інтегрована сукупність обчислювальної та комунікаційна техніка, телекомунікаційні мережі, бази і банки даних та знань, інформаційні технології (ІТ), системи інформаційно-аналітичних центрів різного рівня, виробництва технічних засобів інформатизації, системи науково-дослідних установ та підготовки висококваліфікованих фахівців.

Інформаційний ресурс - окрема документована інформація та сукупність документованої інформації у складі інформаційних систем (базах і банках даних, бібліотеках, архівах і т. ін.).

Інформаційний ресурс – частина існуючої професійної інформації, яка представляє цінність для однієї або декількох сфер діяльності і може активно використовуватись для підтримки і розвитку даної сфери, як правило, протягом відносно короткого проміжку часу. Виділення даного класу інформації ґрунтується на професійній спрямованості цієї інформації, її економічному значенні і визначає зміст рішень, що пропонуються для її розповсюдження.

Державні інформаційні ресурси – інформаційні ресурси, які створені за державний рахунок і зберігаються в організаціях, розмічених на території України та призначені для забезпечення інформаційних потреб суспільства, органів державної влади і місцевого самоврядування, юридичних осіб усіх форм власності та громадян і мають державний статус, визначений чинним законодавством.

Національні інформаційні ресурси призначені для забезпечення інформаційних потреб суспільства, органів державної влади і місцевого самоврядування, юридичних осіб усіх форм власності та громадян. Національні інформаційні ресурси є основою для забезпечення інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки держави, слугують вирішенню завдань суб'єктів української економіки, виробництва, науки, культури та інших сфер діяльності. Складовими частинами національних інформаційних ресурсів можуть бути інформаційні продукти та ресурси різної приналежності та форми власності.

Інформаційна послуга - це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до користувачів з метою задоволення інформаційних потреб громадян, органів державної влади, підприємств, установ і організацій.

Інформаційні послуги можуть бути платними та безоплатними. Інформаційні послуги громадян та юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю є об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством. Ціни і

ціноутворення на інформаційні послуги встановлюються договором, за винятком випадків передбачених чинним законодавством України.

Інформаційна діяльність - це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави. З метою задоволення цих потреб органи державної влади та органи місцевого і регіонального самоврядування створюють інформаційні служби, системи, мережі, бази і банки даних.

Основні види інформаційної діяльності: одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Одержання інформації - це набуття, придбання, накопичення відповідно до чинного законодавства України документованої або публічно оголошеної інформації громадянами, юридичними особами або державою.

Використання інформації - це задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Поширення інформації - це розповсюдження, обнародування, реалізація у встановленому законом порядку документованої або публічно оголошеної інформації.

Зберігання інформації - це забезпечення належного стану інформації та її матеріальних носіїв.

Якість документальної інформації – це сукупність властивостей документальної інформації, які проявляються у відношеннях “інформація-користувач” і характеризують ступінь задоволення інформаційних потреб з урахуванням витрачених ресурсів.

Концептографічна інформація – соціальна інформація, що характеризує певні думки, погляди, уявлення.

Інформаційний потенціал підприємства є сукупністю механізмів організаційної взаємодії, які, на основі систематичного аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, дають змогу одержувати необхідний обсяг інформації про поточний стан і передбачувані зміни, а також забезпечувати цілеспрямований рух інформації між структурними підрозділами підприємства.

Додаток 2

Професіоналізація інформаційного менеджера

Одним із завдань сучасної освіти є створення умов для ефективної адаптації майбутнього спеціаліста в професійному просторі, засвоєнні особистістю середовища і моделей професійної поведінки. *Професійний простір* особистості - це постійно змінюваний у часі фрагмент соціального простору, який в основі містить динаміку трьох видів: динаміку об'єктів професійної діяльності (виробництво, розподіл і обмін продуктами даної діяльності); динаміку суб'єктів професійної діяльності, тобто професіоналізація працівників; динаміку професійної свідомості, тобто зміни відношення до динаміки об'єктів і суб'єктів як всередині соціально-професійної групи, так і поза нею. Основною умовою перебігу вищезазначених процесів є *професійна комунікація* – міжособистісна взаємодія у межах конкретного виду професійної діяльності.

Професіоналізація як процес залучення особистості до професійної діяльності і вдосконалення в одному з напрямків цієї діяльності, передбачає наявність вимог до професійної освіти і рівня кваліфікації, наявність відповідної особистої потреби спеціаліста в професійному розвитку, що обумовлює цілі, мотиви, задоволеність працею і формує професійну позицію, засвоєння професійної культури. Важливим в процесі професіоналізації є не стільки прямий вплив технології професійної діяльності, скільки та система соціальної організації, яка переводить техніко-технологічні вимоги на мову соціальних відносин між людьми. Виробнича практика як засіб адаптації студентів до професійної діяльності, сприяє розвитку професійної культури, інноваційності професійної діяльності, свідчить, наскільки людина освоїла професійні цінності, ідентифікувала свою поведінку з нормами професійної етики.

Освоєння в процесі виробничої практики професійного простору як системи взаємозв'язків майбутнього спеціаліста з іншими учасниками професійної діяльності, відображення цієї системи у професійній свідомості студента і набуття відповідного рівня професійної ідентифікації майбутнього фахівця є одним із шляхів розв'язання соціально-педагогічної проблеми професійного становлення спеціаліста.

Завданням практики є формування в умовах виробництва професійних навичок студентів на основі використання їх теоретичних знань у різних ситуаціях, характерних для майбутньої професійної діяльності спеціалістів.

Інформаційні ресурси і послуги

Комп'ютерні технології в документно-інформаційних системах

Менеджмент інформаційних систем

В основі виробничої практики – активна діяльність студентів на підприємстві, безпосередня їх участь у виробничому процесі як членів трудового колективу.

Метою практики **“Інформаційні ресурси і послуги”** є вивчення характеру сучасних проблем формування і використання інформаційних ресурсів, джерел формування, державної політики в галузі інформаційних ресурсів, сучасних технологій їх формування і використання; застосування на практиці положень теорії інформаційних потреб, дослідження системи управління інформаційними ресурсами, залежність її стану, функціонування і розвитку від інформаційних потреб як індивідуальних користувачів, так і організації в цілому, способи задоволення інформаційних потреб, види інформаційних продуктів і послуг, як традиційних, так і цифрових, інтерактивних; здійснення функцій інформаційного посередництва шляхом пошуку інформації і надання інформаційних послуг.

Зміст теоретичних знань, необхідних для практичного професійного оволодіння ними: аналіз інформаційних потреб організації; аналіз інформаційних потоків і масивів даних; аналіз інформаційного забезпечення комп’ютерних систем організації; визначення узагальненої тематики інформації, необхідної для вирішення завдань діяльності організації; застосовувати відповідну стратегію пошуку у масивах документальної і довідкової інформації; здійснювати аналіз і синтез інформації, складу і структури інформаційних матеріалів, створених для забезпечення управлінських рішень; пошук інформації в різноманітних документно-інформаційних системах відповідно до запитів користувачів; контроль виконання нормативних вимог при роботі з інформацією.

Виробнича практика **“Комп’ютерні технології в документно-інформаційних системах”** має на меті активну діяльність студентів на підприємстві в сфері застосування сучасних технологій обробки інформації, в т.ч. мультимедіа-, аудіо-, відео технології, Інтернет-технології.

Зміст теоретичних знань, необхідних для практичного професійного оволодіння ними: методи і засоби автоматизації технологій переробки інформації; лінгвістичне, інформаційне, апаратно-програмне забезпечення сучасних інформаційних систем; методи планування і проектування технологічних процесів переробки інформації; форми і методи організації документопотоків; організацію архівної справи, ділової кореспонденції, реферування і редагування документів; інформаційні мови і формати представлення даних і знань; принципи організації, структури засобів систем мультимедіа і комп’ютерної графіки; використовувати сучасні комп’ютерні технології; планувати і проектувати технологічні роботи; налагоджувати технологічний процес переробки інформації, виконувати технологічні операції переробки різних типів інформації (текстової,

табличної, графічної, аудіо-, мультимедіа- та ін.); застосовувати стандарти, що регламентують інформаційну діяльність і технологію переробки інформації; використовувати міжнародні стандарти в інформаційних мережах.

Виробнича практика **“Менеджмент інформаційних систем”** має на меті набуття майбутніми спеціалістами навичок організаторської діяльності в галузі інформатизації підприємств і організацій, системного аналізу підприємств і організацій як об’єктів впровадження комп’ютерних інформаційних систем шляхом дослідження інформаційних потреб як підприємства уцілому, так і окремих користувачів інформації, аналізу каналів надходження інформації, внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків інформації, перспективних завдань організації, інтеграції розвитку організації з розвитком інформаційних систем, необхідних апаратно-програмних засобів для реалізації завдань інформаційної діяльності на підприємстві тощо. Зміст теоретичних знань, необхідних для практичного професійного оволодіння ними: застосовувати теорію наукової організації, планування розвитку і проектування систем управління; володіти системною концепцією організації інформаційної діяльності на підприємстві на основі інформаційної технології і створення інформаційної системи як системи, що створює інформаційний ресурс і умови для його ефективного використання; володіти методами нормування праці в інформаційних службах; виявлення проблем інформаційно-документаційного забезпечення з урахуванням новітніх досягнень інформаційних технологій; принципи, методи управління, функції і структуру апарата управління; соціально-психологічні основи керівництва колективом; правові норми; системного дослідження організації як об’єкта впровадження сучасних інформаційних технологій.

Матвієнко Оксана Володимирівна

ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Навчальний посібник