АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЯЮЩЕГОСЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА НА МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

И.Д. Голышев

Знание перспектив и направлений развития менеджмента важно не только для профессиональных управленцев предприятиями и организациями. Не менее актуально такое знание для собственников и наемных работников, государственных структур и общественных организаций. Особенностью современного этапа социально-экономического развития всех стран, в том числе и России, является глобализация экономики и формирование единого информационного пространства. При этом стремительное развитие информационных технологий несомненно является одной из важнейших, если не самой важной, предпосылкой глобализации. Бесспорно, что регулирование и координация производственной и торговой деятельности мировых корпораций в области автомобилестроения, электроники, фармацевтики и др., имеющих заводы, филиалы, представительства в десятках странах мира, просто невозможны без современных информационных технологий. Практика менеджмента реагирует на эти процессы. Появляются новые виды организационных структур (например, матричная и дивизиональная), на предприятиях создаются новые функциональные подразделения и должности (например, служба информационной безопасности, системный администратор), ставятся иные цели перед службами по управлению персоналом и т. д.

Факт становления глобального информационного общества уже признан ведущими государствами, в том числе и Российской Федерацией [1]. Согласно статье 1 Окинавской Хартии информационно-коммуникационные технологии «дают возможность всем частным лицам, фирмам и сообществам, занимающимся предпринимательской деятельностью, более эффективно и творчески решать экономические и социальные проблемы». По существу, эффективное решение экономических и социальных проблем является главной задачей менеджмента любого предприятия и организации. Однако, в этом случае информационные технологии рассматриваются только как средство, с помощью которого можно повысить качество управленческих решений. В современном обществе сложилось твердое убеждение в том, что информационные технологии позволяют увеличить объем и скорость передачи информации, улучшить качество обработки и восприятия информации, повысить доступность и расширить территориальный охват информации. Это несомненно так. Использование современных информационных технологий в практике менеджмента и обучение им является важным фактором конкурентоспособности предприятия. Но такой подход (можно сказать чисто технологический подход) не рассматривает влияния информационных технологий как части информационного

пространства на формирование организационных коммуникаций как основ любого управленческого процесса. Чтобы каким-то образом оценить это влияние следует, прежде всего, дать характеристику составляющим этого взаимодействия: информационному пространству и менеджменту.

Существует два подхода к определению информационного пространства: технологический и семантический. В практике хозяйственной и социальной деятельности человека преобладает технологическое понимание информационного пространства, что закреплено в юридических документах. В частности, «Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов» [2] определяет три главных компонента информационного пространства:

– информационные ресурсы, содержащие данные, сведения и знания, зафиксированные на соответствующих носителях информации;

– организационные структуры, обеспечивающие функционирование и развитие единого информационного пространства, в частности, сбор, обработку, хранение, распространение, поиск и передачу информации;

– средства информационного взаимодействия граждан и организаций, обеспечивающие им доступ к информационным ресурсам на основе соответствующих информационных технологий, включающие программно-технические средства и организационно-нормативные документы.

С точки зрения семантики информационное пространство есть совокупность знаков, символов, других условных обозначений и их последовательностей, обозначающих объекты физического (материального) мира и продукты умственной (сознательной) деятельности человека. К продуктам умственной деятельности человека вполне подходит термин «виртуальный объект». «Виртуальный» здесь понимается как «представляемый» (от лат. virtus – потенциальный, возможный; англ. virtual – возможный, предполагаемый). Иными словами, информационное пространство – это существующая в сознании человека и отражаемая им на материальных носителях совокупность знаков, символов, других условных обозначений и их последовательностей, отражающих физические объекты (ФО) и виртуальные объекты (ВО). Виртуальные объекты составляют важную и значительную часть информационного пространства. К таким ключевым ВО, например, относятся такие категории, как «деньги», «качество», «цена», «эффективность». Каждый из этих ВО может иметь разнообразные формы. Так, например, с категорией «деньги» связано существование таких понятий, как валюта, финансы и кредит, заработная плата, бухгалтерский учет и т. д. Все знаки и символы, которыми человек обозначает ФО и ВО, являются продуктами человеческого сознания и вне его не существуют. Если сделать фантастическое предположение, что человечество на Земле исчезнет, то все природные ресурсы, которые были в распоряжении человечества, останутся с теми же пространственными и физико-химическими характе-

ристиками. Но эти же природные ресурсы лишатся таких характеристик, как цена, качество, эффективность использования. В реальной жизни каждый человек, хотя бы на подсознательном уровне, проводит для себя различие между физическими и виртуальными объектами. Это ярко проявляется в период сильных экономических и политических кризисов, когда население стремится избавиться от денежных знаков и получить в обмен на них золото, драгоценные камни, недвижимость или даже промышленные или продовольственные товары.

Обособление технологического и семантического подходов в рассмотрении информационного пространства, на наш взгляд, совершенно необоснованно. Первый подход ориентирован на рассмотрение и развитие динамических характеристик информационного пространства: скорость, объем передаваемой информации, ее сортировку, хранение и восприятие. Семантический подход обосновывает качество используемой информации. Первый подход отвечает на вопрос «как» (какие технологии и коммуникационные системы применяются в процессе передачи и обработке информации, как построены базы данных), второй подход отвечает на вопрос «что» (пользователь информации оценивает ее достоверность, полноту, степень восприятия). При этом ведущее значение для развития имеет семантический подход. Формирование современного глобального информационного пространства стало возможным благодаря семантической унификации окружающего мира: введение в практику единой единицы измерения информации – бита, который стал основой измерения информации в цифровой технике и цифровых телекоммуникационных системах.

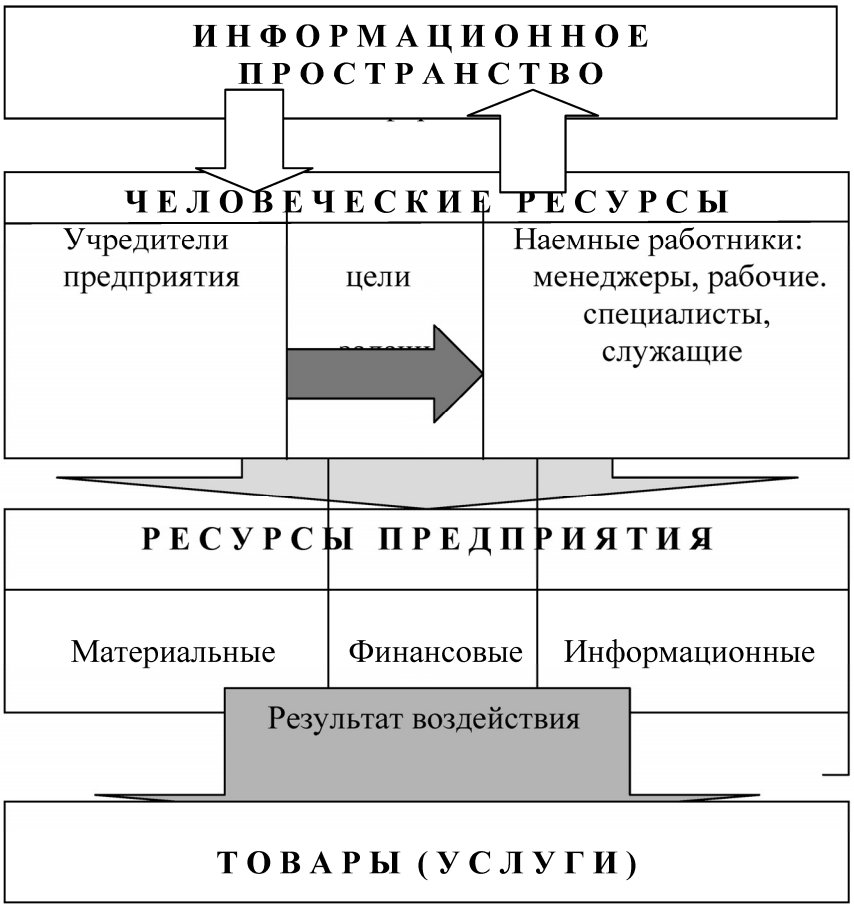
Современная теория менеджмента ориентирована, прежде всего, на технологический подход в определении информационного пространства, и рассматривает информацию, прежде всего как «ресурс менеджмента» [3, с. 205]. Практика хозяйствования и менеджмента современных организаций говорит же скорее о взаимовлиянии информационного пространства и менеджмента организации, а точнее информационное пространство формирует менеджмент организации. Чтобы убедиться в этом, рассмотрим точки соприкосновения информационного пространства и менеджмента организации.

Не вдаваясь в дискуссию о современных подходах к определению менеджмента организации, выделим два основных момента, не оспариваемых ни одной научной школой менеджмента.

1. Менеджмент есть вид человеческой деятельности, заключающийся в управлении людьми в рамках организации (предприятия) и направленный на достижение целей, поставленных учредителями (собственниками) организации (предприятия).

2. Предприятие (организация) есть система.

Более наглядно эти тезисы видны из рисунка, на котором мы рассматриваем предприятие как единство двух подсистем: человеческой и ресурсной.



Предприятие как система

Взаимодействие предприятия с информационным пространством происходит через подсистему «человеческие ресурсы». С одной стороны, из информационного пространства получают необходимые для деятельности предприятия данные об объектах внешней среды. С другой стороны, в процессе выработки управленческих решений персоналом предприятия формируются массивы информации, направляемые в информационное пространство (информация о производимой продукции и услугах, их характеристиках, потребности в работниках, сырье, оборудовании и т. д.)

Информационное пространство оказывает определяющее воздействие на формирование важнейших компонентов и направлений развития менеджмента организации.

1. Цели предприятия формулируются и изменяются в зависимости от умения и желания восприятия семантической составляющей информационного пространства собственниками и менеджерами предприятия. Ежедневно в глобальном информационном пространстве появляются сведения о новых товарах, ресурсах и технологиях с ранее неизвестными характеристиками, или об открытии новых свойств в уже известных товарах и ресурсах. Менеджер должен постоянно анализировать такую информацию с целью возможности использования таких товаров, сырья, технологий в дея-

тельности своего предприятия. В связи с этим цели организации могут и должны изменяться.

2. Значительное влияние на организационную структуру предприятия оказывает технологическая составляющая информационного пространства. Свидетельством тому служат не только уже упомянутые матричная и дивизиональная структуры, функционирование которых стало возможно благодаря созданию глобальных телекоммуникационных систем. Сейчас не только за рубежом, но и в России существует постоянное предложение офисных помещений на час. Считается, что причиной возникновения такого бизнеса является экономический кризис. Однако точнее будет сказать, что кризис послужил толчком к отказу от традиционных структур организации бизнеса. Возможность в том числе и визуального общения в режиме «on line» заставляет задуматься собственников и менеджеров в некоторых сферах деятельности о целесообразности содержания единого офисного пространства для работников. Особенно это касается предприятий, работающих с информацией, отражающей виртуальные объекты (бухгалтерские и консультационные услуги, проектные, сметные работы и т. д.).

3. Особенностью современного информационного пространства является отсутствие чьей-либо монополии на обладание информацией. Менеджмент предприятия в данной ситуации вынужден развивать и углублять социальную направленность бизнеса.

Рассмотренные явления, которые реально происходят в организациях, свидетельствуют о том, современное глобальное информационное пространство является не только источником информационных ресурсов для выработки управленческих решений и средством их передачи, но и само формирует и направляет ряд важных составляющих менеджмента предприятия.

Библиографический список

1. Окинавская Хартия глобального информационного общества от 22.07.00. – http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html.

2. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов, 1995г.-http://www-sbras.nsc.ru /laws/ russ_kon.htm.

3. Теория менеджмента: учебник для вузов. Стандарт 3-го поколения. – СПб.: Питер, 2009. – 464 с.