

УДК 005.92:005.57



Ірина Давидова,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри бібліотекознавства
та соціальних комунікацій ХДАК

Патерни інформаційних потреб управлінців у системі інформаційного менеджменту

У статті проаналізовано структуру та зміст інформаційних потреб кадрів управління; акцентовано увагу на особливості інформаційних потреб сфери бізнесу.

Ключові слова: інформаційні потреби, кадри управління, інформаційний менеджмент.

Діяльність інформаційного менеджера передбачає ефективне вивчення та задоволення інформаційних потреб кадрів управління, які зумовлені соціальними відносинами. Представники управлінської системи мають відповідну кваліфікацію, володіють певними професійними знаннями, необхідними для керівництва установою.

До кадрів управління організацією можна віднести тільки тих працівників, у діяльності яких функції управління — планування, координація, мотивація, контроль — преважують над виробничими. Керівник володіє розпорядчими, контролюючими і дисциплінарними правами і несе певну відповідальність. Він має повноваження з прийняття і реалізації управлінських рішень, які належать до об'єкта менеджменту. Керівники забезпечують виконання установою, структурним підрозділом їх головного призначення, розробляють стратегію поведінки в умовах, що змінюються, офіційно представляють організацію, несуть відповідальність за результати її діяльності.

Метою статті є розкриття структури та змісту інформаційних потреб кадрів управління та визначення умов їх ефективного задоволення засобами інформаційного менеджменту.

Сучасна діяльність керівників у різних сферах науки, техніки й виробництва постійно трансформується й ускладнюється — ставляться нові цілі, удосконалюються її засоби й методи, змінюються умови та ін. Для того, щоб суб'єкт успішно здійснював діяльність у новій ситуації, потрібно створити відповідну ідеальну модель функціонування, врахувавши зміни. Це можливо тільки за наявності необхідної інформації.

Будь-який патерн інформаційних потреб [2], що виникає у процесі управління, є формалізованим описом управлінського завдання, шляхів його вдалого вирішення, а також рекомендацій щодо застосування результату в різних ситуаціях. Крім того, правильно сформульований патерн інформаційних потреб, що містить ефективне рішення, може використовуватися в сфері інформаційного менеджменту систематично. Слід підкреслити, що важливим початковим етапом при роботі з патернами є адекватне моделювання предметної області. Це необхідно як для отримання належним чином формалізованої постановки завдання, так і для вибору відповідних патернів.

Модель інформаційних потреб, побудована в межах управлінської патерн-системи, фактично є структурованим виокремленням елементів і зв'язків, найбільш важливих для виконання поставленого завдання. Застосування патернів інформаційних потреб підвищує стійкість системи інформаційного менеджменту до зміни вимог і спрощує неминуче подальше доопрацювання системи. Крім того, важко переоцінити роль використання патернів при створенні ефективних форм інформаційного обслуговування.

Інформаційна потреба перебуває в нерозривній єдності зі специфічною пізнавальною здібністю, спрямованістю особистості й є фактором соціальної активності окремих індивідів і соціальних груп. Як зазначає Б. Мільнер, "потреба звертатися до інформаційних систем не складається стихійно. Вона виникає як результат активного ставлення до інформації" [5]. Інформаційні потреби можуть бути забезпечені завдяки і відносно незначному збільшенню обсягу додатково регульованих потоків інформації, і глибокому аналізу зібраних даних стосовно соціальних процесів, навколишнього середовища. З позицій соціальної кібернетики можна визначити кілька складників поняття "управління інформацією", але серед них найважливішим, на нашу думку, є визначення умов і потреб конкретного рівня кадрів управління, організація їх інформування.

Інформаційна потреба вимагає задоволення і виражається в інформаційному запиті. Першопричиною її виникнення є брак знань, необхідність певних відомостей. Виокремимо два характерних моменти у структурі інформаційних потреб суб'єкта:

- 1) відчуття нестачі інформації і прагнення заповнити лакуни;
- 2) наявність уявлення про те, яка інформація необхідна.

Перший момент можна позначити як форму існування потреб, другий — як їх зміст. Уявлення про необхідну інформацію формується на основі наявного в суб'єкта знання про умови діяльності — інформаційного потенціалу. Чим ширший і глибший інформаційний потенціал суб'єкта в певній галузі, тим точніші й диференційованіші його інформаційні потреби. Відсутність у суб'єкта відповідного інформаційного потенціалу зумовлює формування невизначених і неадекватних уявлень про необхідну інформацію. Цим можна пояснити поширене явище, коли фактично

однакові умови діяльності суб'єктів призводять до виникнення в них різних за змістом інформаційних потреб.

При однакових умовах діяльності потреби різних суб'єктів можуть різнитися точністю і повнотою інформації, яка необхідна для успішного виконання завдань. Причому практично кожна інформаційна потреба міститься як правильні, так і хибні уявлення про необхідну інформацію, оскільки вони залежать від тих знань, якими володіє суб'єкт, від його інформаційного потенціалу.

Для чіткого розуміння механізму і закономірностей виникнення, визначення властивостей та особливостей прояву, значення інформаційних потреб для ефективної діяльності інформаційного менеджера важлива їх класифікація. Характеристика інформаційних потреб дозволяє виокремити найважливіші з них у системі менеджменту.

Прийнято вирізняти два основні типи інформаційних потреб:

1) поточні, обумовлені властивою людині допитливістю, що відображаються в прагненні бути обізнаним щодо подій у світі;

2) конкретні (спеціальні), які полягають у прагненні отримати інформацію для вирішення конкретного завдання — дослідницького, професійного, управлінського.

Конкретні інформаційні потреби певною мірою залежать від особливостей управлінських завдань. Структура управління будь-якої установи поділяється на три рівні: операційний, функціональний і стратегічний [4]. Виконавці й менеджери операційного рівня забезпечують вирішення шаблонних завдань і операцій, здійснюють швидке реагування на зміни поточної інформації. Цей рівень управління, зважаючи на необхідність швидкого реагування на зміни ситуації, часто називають оперативним.

Інформаційні потреби менеджерів функціонального рівня зумовлені необхідністю вирішення завдань, що потребують аналізу інформації, зібраної на першому рівні. Обсяг завдань зменшується, але зростає їхня складність.

Менеджери стратегічного рівня потребують інформації для забезпечення управлінських рішень, спрямованих на досягнення довгострокових стратегічних цілей організації. Важливою особливістю інформаційних потреб керівників стратегічного й тактичного рівнів є те, що з підвищенням адміністративного рівня зростає й потреба в міжгалузевій інформації, збільшується значення зовнішніх факторів, їх вплив на прийняття управлінських рішень.

При визначенні інформаційних потреб інформаційному менеджеру слід мати на увазі, що керівник відрізняється від виконавців передусім широтою тематичних рамок професійних інтересів. Крім цієї кількісної характеристики, існує якісна різниця функціональної структури органів управління (прогнозування та планування, впровадження нової техніки, стандартизація та уніфікація, соціальний розвиток колективів, наукова організація праці, удосконалення техніко-економічних показників діяльності колективів).

Інформаційні потреби, залежно від споживачів інформації, поділяють на колективні та індивідуальні. При цьому під колективом слід розуміти певну групу людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами. Група може бути формально організованою (колективний абонент) або неформальною (постійні або тимчасові громадські, професійні об'єднання). Задоволення колективних потреб має сприяти успішному виконанню поставлених перед групою завдань.

Між колективними інформаційними потребами, які виникають як явище групової свідомості, і потребами індивідуальними, що існують тільки у свідомості конкретних індивідумів, є певне співвідношення. Зрозуміло, що

колективних інформаційних потреб не існує крім і поза потребами конкретних осіб. З іншого боку, їх не можна вважати як просто суму індивідуальних потреб. Колективні інформаційні потреби слід розглядати як відносно самостійну цілісність, що формується відповідно до загальних цілей і завдань людей, що складають певне об'єднання. Спільна свідомість здатна виразити об'єктивні тенденції розвитку з більшою повнотою і точністю, ніж індивідуальна, тому колективні потреби є об'єктивнішими.

Основною умовою ефективного задоволення інформаційної потреби є чітке усвідомлення того, яка інформація дійсно необхідна користувачеві. Торкаючись особливостей інформаційних потреб керівників, слід підкреслити, що вони мають менше часу на вивчення даних, ніж рядові співробітники, через різницю обсягів інформаційного потоку. Це актуалізує потребу чіткого визначення конкретних інформаційних потреб керівників, їх ієрархії та опанування методів уцільнення відомостей щодо змісту та рівня завдань.

Розвиток інформаційних потреб визначається постійним поглибленням і розширенням, спеціалізацією і гуманізацією, що є наслідком і стимулом дедалі повнішого їхнього задоволення. Безсумнівно, певний відбиток на інформаційні потреби накладають і соціально-демографічні та особистісні характеристики людей (рівень освіти, стаж роботи, вік, життєвий досвід). Усе це важливо враховувати при організації інформаційного забезпечення, проте для задоволення професійних інформаційних потреб передусім необхідно мати на увазі саме професію і посадові обов'язки споживачів інформації. Інформаційна потреба не лише стимулює фахову, творчу активність керівників, вона є необхідним компонентом процесу виникнення і розвитку нових запитів.

Зауважимо, що значний обсяг інформаційних потреб керівників тактичного рівня пов'язаний з інформацією, що зорієнтована здебільшого на внутрішнє середовище. Водночас великий обсяг завдань потребує знань про тенденції зовнішнього оточення: економічні умови, науково-технічні досягнення, ринки та конкуренцію на них, споживачів тощо. До того ж частина інформаційних потреб пов'язана з пошуком соціально-політичної інформації, через відсутність якої виникає суб'єктивне уявлення про ситуацію на підприємстві та поза ним, що перешкоджає створенню обґрунтованих прогнозів та ухваленню програмних рішень щодо майбутнього.

Стратегічні інформаційні потреби залежать від стратегічних цілей підприємства і охоплюють усе, що може вплинути на довгострокову діяльність організації, непередбачені фактори, пов'язані зі змінами в середовищі (зокрема, із форс-мажорними обставинами), навіть інформації про події, що перебувають поза межами безпосередньої діяльності та впливу, але можуть змінити долю підприємства.

Тематичний діапазон інформаційних потреб керівників відрізняється широтою, при цьому чим вища посада, тим багатоаспектніші інформаційні потреби. На їх формуванні позначається як культурно-економічний профіль області (міста, району), діяльність окремої організації, так і адміністративно-посадовий статус керівника, що приймає управлінське рішення і щодо довгострокових проблем, і з питань, що потребують оперативних заходів в умовах дефіциту часу. До того ж керівникові потрібна аналітична інформація про об'єкт управління.

Інформаційні потреби керівників підприємств та організацій стратегічного рівня, директорів численних акціонерних і приватних фірм та інших комерційних установ пов'язані з діяльністю конкретного підприємства або організації, однак цим не обмежуються. Зазвичай поряд із профільною інформацією керівний склад потребує регуляр-

них даних щодо організації управлінської праці, економічних, соціальних, правових і багатьох інших проблем. До їх числа передусім належить так звана ділова інформація (біржова, фінансова, комерційна, економічна, статистична), яка охоплює відомості про податки, мито, виробників і постачальників відповідної продукції та сировини. Також ділова інформація передбачає дані про валютні курси, ринок товарів та капіталу, інвестиції, ціни; економічні та інші соціальні статистичні відомості (демографічні) у вигляді динаміки соціальних даних, прогнозних моделей та оцінок, які надають державні служби, а також компанії, що здійснюють дослідження і розробки, консалтинг; комерційну інформацію (про компанії, фірми, напрями їх діяльності, товари, ціни, фінансовий стан, керівництво тощо); ділові новини в галузі економіки та бізнесу, що надають спеціальні інформаційні служби.

На зміст інформаційних потреб фахівців істотно впливає галузь науки або виробництва, в якій вони працюють. Крім того, на формуванні потреб позначаються інші фактори, зокрема місце роботи, посада. Керівники тактичного рівня потребують професійно-орієнтованої інформації (науково-технічної та спеціальної), яка містить документальні, бібліографічні, реферативні та довідкові відомості, а також дані з галузей фундаментальних та прикладних, природознавчих, технічних і суспільних наук, виробництва й різних сфер людської діяльності. Для них важливі послуги, пов'язані з пошуком і наданням першоджерел та копій документів, організацією доступу до інформації через бібліотеки та спеціалізовані служби, органи науково-технічної інформації.

Значну групу споживачів інформації становлять спеціалісти, інженерно-технічні працівники виробничої сфери. Характерною особливістю інформаційних потреб цієї категорії фахівців є їх відносна стабільність. Однак під впливом науково-технічного прогресу в багатьох галузях народного господарства і передусім у промисловості прискорилися процеси оновлення технології, заміни застарілого обладнання, машин, приладів, технологічного оснащення, вихідної сировини, впровадження електронної техніки. Усе це вносить корективи у зміст інформаційних потреб, стимулюючи одночасно інформаційно-споживчу діяльність цієї категорії фахівців.

Формування інформаційних потреб спеціалістів залежить від багатьох факторів. Серед них визначають такі, як фах, характер діяльності, кваліфікація, посада, досвід дослідницької, наукової, літературної, винахідницької і раціоналізаторської роботи, лінгвістична та бібліографічна підготовка, а також особливості інформаційних потоків у різних галузях знання. Ці фактори розподіляють на дві групи: об'єктивні та суб'єктивні. Об'єктивними є закономірності розвитку науки та виробництва, змістові аспекти професійної діяльності споживача, стан документальних інформаційних потоків. До суб'єктивних чинників належать: рівень освіти, професійна кваліфікація, ступінь інтелектуальних можливостей, особиста зацікавленість, творча активність спеціаліста.

Особливу групу споживачів інформації становлять підприємці. Перехід на ринкові відносини та подальший їх розвиток, як свідчить сучасна практика, — досить складний процес, у якому головну роль відіграє людина, її компетентність. Підґрунтям підприємницької діяльності, як відомо, є постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації, вміння залучати і використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси з найрізноманітніших джерел.

Грамотна робота з інформаційними потоками, а деколи і просто своєчасна інформація, зумовлюють успіх у певній сфері бізнесу. Інформація та бізнес пов'язані за такими основними напрямками:

1. Інформація є основою для прийняття конкретного рішення в будь-якій сфері бізнесу. Велику роль тут відіграють оперативність, достовірність, повнота, конфіденційність та інші характеристики як самої інформації, так і засобів підтримки інформаційної діяльності.

2. Інформація є інтелектуальним продуктом і основним товаром у багатьох видах сучасного бізнесу. Ця сфера діяльності найновіша, найдинамічніша, має великі перспективи за всіма параметрами, які перетворюють бізнес на привабливу і соціально корисну справу.

3. Інформація як мінімально необхідний набір знань (економічних, соціологічних, психологічних, юридичних та ін.).

4. Інформація як засіб відображення подій у сфері бізнесу: взаємна поінформованість бізнесменів про справи, пропозиції і проблеми, обмін досвідом, демонстрація результатів діяльності — усе, що надає уявлення про різні проблеми та аспекти бізнесу.

Інформаційні потреби підприємців визначаються багатьма факторами:

- особливостями підприємницької діяльності загалом і конкретним її видом зокрема;
- завданнями і функціями, які розв'язуються і реалізуються під час підприємницької діяльності;
- світоглядом, рівнем підготовки та професійними знаннями підприємців;
- станом ринку інформаційних продуктів і послуг;
- посадовим статусом підприємців.

Інформаційні потреби цих споживачів охоплюють широке коло маркетингової, виробничої та сервісної інформації. Маркетингова інформація містить відомості про можливість роботи на ринку, конкурентів, ситуацію щодо продукції та послуг, шанси на успіх, можливу співпрацю, джерела й умови кредитування. Більшість підприємців відчувають брак інформації про господарське законодавство, умови кредитування та фінансування, стан ринку збуту продукції.

Бізнесмени потребують оглядових довідок з проблем економіки, екології, культури, розгорнутих інформаційних новин, довідкових видань, звітів маркетингових компаній, брокерських фірм, спеціальних періодичних видань з питань бізнесу; видань торгових спілок та професійних асоціацій, каталогів виставок та ін. Використання збірок комерційних пропозицій з реклами актуальних галузей, адресних реєстрів універсального змісту, спеціалізованих довідників, тематичних календарів, статистичних публікацій, інструкцій, промислових зразків і товарних знаків продукції регіону, прес-релізів тощо сьогодні також є актуальним.

Для цілей виробничої діяльності важливою є економічна, науково-технічна, юридична та інші види інформації, що міститься в опублікованих і неопублікованих документах. Важливою складовою інформаційних потреб цієї категорії споживачів є також сервісні дані — повідомлення, необхідні для повсякденної роботи: адреси, телефони, ціни, реквізити, розклад та інші дані.

Інформаційний менеджмент спрямований і на вирішення питань управління інформацією в численних документно-інформаційних структурах, провідними з яких є бібліотеки. Сучасній структурі інформаційних потреб бібліотекарів властиві загальні риси, викликані процесами впровадження новітніх інформаційних технологій у бібліотечну діяльність, і характерні особливості, пов'язані з конкретно функціональною спеціалізацією [3]. Диференціація потреб за цими параметрами має важливе значення

для підготовки і розповсюдження фахових інформаційних продуктів та надання послуг бібліотекарям.

Специфіку інформаційних потреб керівників різних рівнів управління книгозбірнею зумовлюють їх функціональні обов'язки, які можна розподілити так:

— керівник має володіти теорією стратегічного розвитку установи, вміти прогнозувати та планувати її діяльність, приймати інноваційні рішення;

— керівник середнього рівня (завідувачі відділів, секторів, груп) є дослідником-технологом, котрий мусить мати високу технологічну бібліотечну кваліфікацію, оскільки без цілісного уявлення про бібліотеку як єдину систему важко вирішувати і виробничі питання, і питання автоматизації інформаційно-бібліотечних процесів. Він має володіти методами науково-дослідної роботи, вміти складати технологічні завдання для розробки програмного забезпечення та необхідні методичні документи;

— провідні бібліотекарі, бібліографи — це основні бібліотечні практики, їх професіоналізм полягає в комп'ютерній підготовці, вмінні проводити операційно-технологічні аналізи циклів, вивченні інформаційних потреб користувачів, опрацюванні статистичних даних за підсумками досліджень, у безпосередньому впровадженні у практику результатів досліджень та інновацій;

— кваліфікація бібліотекарів тісно пов'язана з професіоналізмом завідувачів відділів та головних спеціалістів, оскільки саме вони перевіряють на практиці нові технологічні цикли, програми. На їх виробничу діяльність впливають всі помилки, які зробили керівники підрозділів та провідні спеціалісти [6].

Визначення інформаційних потреб кадрів управління дозволяє інформаційним менеджерам здійснювати ефективну роботу з інформаційного забезпечення керівництва.

Список використаної літератури

1. *Информационный менеджмент: место и роль в обеспечении науки, техники, производства* // Науч.-техн. информ. — 2009. — № 8. — С. 23—35.
2. *Крайнікова Т.* Споживчі патерни медіаповедінки: суть і роль у культурі медіаспоживання / Т. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 3. — С. 39—42.
3. *Ляшенко Л. В.* Дослідження інформаційних потреб бібліотечних працівників: стан та завдання розробки проблеми // Вісник КНУКіМ. Серія "Історія" : зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — Київ, 1999. — Вип. 1. — С. 26—42.
4. *Макарова Н. В.* Информатика : учебник / Под ред. Н. В. Макаровой. — Москва : Финансы и статистика, 2004. — 768 с.
5. *Мильнер Б. З.* Теория организации : учебник. — Москва : ИНФРА-М, 2003. — 558 с.
6. *Підгірна В.* До питання формування кадрового потенціалу наукових бібліотек / В. Підгірна // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаніка / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаніка. — Львів, 2004. — Вип. 12. — С. 266—276.

В статтє проанализована структура и содержание информационных потребностей кадров управления; акцентировано внимание на особенностях информационных потребностей сферы бизнеса.

The structure and the content of the informative requirements in the human resource management are analysed in the article; the attention is emphasized on the particular informative requirements in the field of business.

Надійшла до редакції 19 лютого 2015 року