

N.N. Golivtsova

INFORMATION MANAGEMENT IN INNOVATION SPACE DEVELOPMENT

Natalia Golivtsova – senior lecturer, the Department of Management, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, PhD in Economics, Gatchina; **e-mail: golivzova@rambler.ru.**

We consider issues connected with the impact of global informational and economic relations on the development of management of modern organizations. We substantiate the idea that modern organizational systems should take into consideration rapidly changing information flow bearing in mind rapid obsolescence of the information determining the level of competitiveness. Thus, information management is to provide radically new mechanisms of business self-organization contributing to the expansion of innovation space.

Keywords: *common information space; self-organizing systems; new organizational approaches; information management.*

Н.Н. Голицова

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Наталья Николаевна Голицова – доцент кафедры менеджмента, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, кандидат экономических наук, г. Гатчина; **e-mail: golivzova@rambler.ru.**

Рассматриваются вопросы, связанные с влиянием глобальных информационно-экономических отношений на развитие менеджмента современных организаций. Обосновывается идея о том, что современные организационные системы должны учитывать быстро меняющийся информационный поток с учетом того, что информация, определяющая уровень конкурентоспособности, быстро устаревает. Информационный менеджмент должен в этих условиях обеспечивать качественно новые механизмы самоорганизации фирмы, тем самым расширяя единое инновационное пространство.

Ключевые слова: *единое информационное пространство; самоорганизующиеся системы; новые организационные подходы; информационный менеджмент.*

Для достижения эффективных производственных результатов фирме, работающей в информационно-экономическом пространстве, необходимо использовать системный подход. Он ориентируется на выявление центров формирующихся информационных, инновационных «кластеров». Отсюда распространяются информационные, инновационные «волны», поэтому приближение к ним повышает экономический статус, способствует высокой конкурентоспособности организации. Данный структурный механизм динамичен, поскольку в инновационном про-

странстве постоянно появляются и исчезают мощные информационные потоки. Это требует от организаций не просто новых адаптивных возможностей, но особой системы самоорганизации. Последняя связана с анализом больших объёмов научно-технического знания, использованием обширных объёмов информации. Важной стороной самоорганизации является гибкая ее техническая основа. Появление перестраивающихся модульных, матричных технологических архитектур создает возможность встраивать в производственные схемы самоорганизующиеся, само-

развивающиеся информационные структуры. Механизм данной самоорганизации проецируется на планирование и программирование, организационные подходы, координационный механизм. Инновационный менеджмент учитывает, что информация, определяющая уровень конкурентоспособности, находится в постоянном развитии, причем она быстро морально устареет. Поэтому важно, чтобы организация использовала интеллектуальный потенциал нескольких информационных потоков и в итоге оказалась в особом локальном информационном пространстве, обеспечивающем устойчивые позиции. В этих условиях необходимы перестраиваемые коммуникативные сети, создающие возможность систематической перестройки технологической цепочки.

Наличие единого информационного пространства самоорганизующейся системы позволяет большую часть обработки информации и принятия решений передать с верхних на нижние уровни. Информационные подразделения организации через интеллектуальный продукт могут устанавливать связи с множеством субъектов информационного пространства, расширяя тем самым связи научно-технической кооперации.

Высвобождение информационного, инновационного потенциала связано с развитием новых экономических пространств, появлением новых сегментов рынка и прежде всего рынка высоких технологий.

Между субъектами данной целостности устанавливаются особые отношения. Решающую роль здесь играют эталонные информационные структуры, базисные интеллектуальные продукты, инновационные приоритеты. Поиск, обработка и распространение информации субъектами осуществляется синхронно, взаимосвязано, формируется особый тип динамического инновационного равновесия. Субъекты производства осознают этот процесс, формируется новая психология «информационных, инновационных ожиданий», что существенно уменьшает степень риска, помогает работе страховых служб, венчурных организаций.

Информационный менеджмент и маркетинг становятся неотъемлемой составной частью механизма управления. Важное место в работе соответствующих служб организации занимает анализ того, какое место занимает конкретная информация в микро- и макроинформационном пространстве, каким она обладает потенциалом, в каком информационном ряду она находится, как она проецируется на производственные сферы, какова ожидаемая реакция потребителя. На макроуровне возникает потребность в информационной топографии, раскрывающей методологические ключи макроинформационного пространства, устанавливающей степень многомерности конкретного или локального участка и ее динамику. Потребитель также поставлен в сложные условия, так как принятие окончательного решения требует использования широкого спектра информационных услуг. Принятие решения предполагает дифференциацию анализируемых продуктов. При этом оценка потенциала внутренних и внешних информационных источников должна рассматриваться как стратегическая задача, обеспечение рабочего инструментария информационного процесса – как тактическая, а его организация по всем внутрифирменным подразделениям – как оперативная [4, с. 50].

Организация должна иметь целостную, гибкую стратегию развития, в том числе информационную. Если стратегия не обладает гибкостью, она не устоит перед стихией информационных потоков. Ее информационные системы будут перегружены, что приведет к принятию ошибочных решений, соответственно, к поражению в конкурентной борьбе. Для успешного движения вперед необходимо, чтобы организация балансировала на грани интеллектуальных традиций и нововведений, осуществляя их преемственность, создавая собственную систему ценностей. Сегодня эта проблема широко обсуждается в международной экономической литературе. Так, П. Вейлл отмечает, что «главное – это умение выделить ценности из общего потока информации» [1, с. 65]. Без этого невозможно обрабаты-

вать и упорядочивать информационные процессы. Ценности взаимодействуют, поэтому чем более целостной концепцией обладает организация, тем большая степень определенности информации отражается в производственном процессе.

Движением информации в информационном пространстве организации обусловлено выделение ценности, которая замыкает информационную цепочку. Ценности проецируются на различные информационные и организационные структуры. «Руководство – это совокупность новых ценностей и оперативное их внедрение в сознание членов организации» [1, с. 64].

Творческие личности, которые способны анализировать поведение крупных блоков информационного пространства, предвидят трансформацию ценностей макроинформационных пространств и появление новых. Поэтому именно творческие личности являются важным источником саморазвития, самоорганизации информационной, инновационной структуры. Организации включают в штат специалистов, технических работников, все теснее слившихся с менеджментом. «Их главная задача – обработка информации, а не прямое производство товаров и услуг для потребителя» [3, с. 50]. Эффективность производства во многом зависит от того, как и какие менеджеры проецируют знания на различные плоскости организационных структур. Проецироваться может только информационная целостность, обладаю-

щая эвристической ценностью. Чтобы совместить информационные потоки в целостное знание, необходим живой интеллектуальный организм, включающий группу экспертов по определенным проблемам. Мировые информационно-экономические отношения по-новому проникают в жизнь организации. Информационная основа таких отношений свидетельствует об их качественно новом уровне. Задача менеджеров определить место организации в интеллектуальной целостности и перспективы развития последней.

Таким образом, интеграция информационного и экономического пространства ускоряют обновление последнего. Организационные системы должны быть настроены на быстро меняющийся информационный поток.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вейлл П.* Искусство менеджмента. Новые идеи для мира хаотичных переменных / пер. с англ. И.Б. Козыревой. М.: Новости, 1993. 224 с.
2. *Меняев М.Ф.* Информационный менеджмент. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2017. 301 с.
3. *Страсман П.А.* Информация в век электроники: (проблемы управления) / пер. с англ. с сокр.; науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Экономика, 1987. 240 с.
4. *Хентце И., Хайнеке А.* Содержание и задачи информационного менеджмента на предприятии // Проблемы теории и практики управления. 1995. № 4. С. 50.