

Менеджмент в условиях информатизации

В ТО ВРЕМЯ, КОГДА...

Традиционно, менеджмент как теория и эффективная практика ориентируется на то, что в центре исследования, воздействия, мотивирования, контроля всегда находится работник, как частность, и организационная структура, как целое. В отношении сотрудников бизнеса рассматриваются различные школы и подходы к планированию, мотивированию, регламентированию, целеполаганию, подчиненности, распределению обязанностей. Иные ресурсы, в том числе информационные, оцениваются в теории менеджмента как дополняющие, факторные или конъюнктурные. Но кое-что меняется.

Менеджмент, традиционно, уделяет персоналу организации центральное внимание в практике управления бизнесом.

В настоящее время управленцы испытывают сильное давление со стороны информационных потоков и технологий. Сегодняшние реалии заставляют обратить пристальное внимание на интенсивную информатизацию управленческих процессов. В числе развивающихся технологий:

- информационная социализация сотрудников (социальные и корпоративные сети, обмен общей и частной информации, мессенджеры);
- большие данные и бизнес-аналитика;
- интернет вещей;
- интернет торговля и онлайн-магазины;
- дистанционное электронное обучение;
- интенсивность и мобильность деловой инициативы (в том числе, стартап-проекты, информационное лидерство);
- широкий конкурентный спектр онлайн и офлайн информационных приложений (включая разные формы использования и оплаты);
- облачные информационные технологии;
- активный профессиональный онлайн фриланс;
- глобальный перекрестный маркетинг в сети.

Менеджмент – это подвижная, высоко обучаемая и интенсивно адаптирующая сфера деятельности человека, которая всегда ищет бескомпромиссную эффективность, реальную объективность и максимальную релевантность для успешного управления организационными структурами. Однако, теоретически управленцы не готовы фундаментально и широко заниматься вопросами информатизации. Напор новых технологий велик, велика и маркетинговая составляющая на рынке таких B2B-услуг. Но реальных знаний в этой части недостаточно.

Информация и информационные технологии оказывают сильное влияние на все аспекты менеджмента организации.

Управленцы оказались в ситуации, когда для них центральным всегда был человеческий ресурс, как проводник и исполнитель принятых решений, а становится всё более очевидным, что есть ещё одна важная и требующая внимания компонента процесса управления – информация. И выходит, что управлять бизнесом, не уделяя должного внимания управлению информационными потоками, становится всё трудней. Скоро это станет практически невозможным.

ПОНИМАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ...

Информационные инструменты и технологии всё больше и больше начинают воздействовать на бизнес и заставлять его брать себя на вооружение и активно использовать. Выстроенные и сформированные функционально-организационные структуры компаний интенсивно дополняются информационными структурами по разным направлениям и сферам деятельности. Во всем этом взаимодействии информации и персонала, бизнесу надо научиться разбираться. Для понимания многих вещей требуется переосмыслить роль ресурсов на современных рынках. Если раньше управление знаниями – это прерогатива сильного, продвинутого и стабильного бизнеса, то сегодня – это потребность любой компании – знать больше, понимать больше, уметь больше – чтобы устоять на рынке и предлагать клиенту то, что действительно удовлетворит его потребность в лучшем виде с минимальными издержками.

Сегодня все аспекты ведения бизнеса завязаны на информации:

- постановка целей и стратегическое планирование – требуют обработки данных о внешнем окружении и о предшествующем, текущем состоянии бизнеса, в совокупности со сложными методами моделирования и прогнозирования ситуации;
- маркетинговые исследования – требуют определения как массовых предпочтений потребителей, так и глубоких личностных исследований;
- рекламные компании и программы лояльности – требуют активного и опережающего контроля, мониторинга поведения клиентов, анализа и прогнозирования результатов мероприятий;
- проектное управление – требует четкого и аргументированного целеполагания и планирования, скоординированного выполнения сложных структурированных работ, завязанных на множество партнеров;
- продажи и сбытовая политика – требует постоянного изучения поведения потребителей, их трафика, особенностей и склонностей, выбора оптимального «пространства продаж», ведения полноценных и расширенных информационных профилей клиентов с возможностями оперативной аналитики;
- подбор и обучение кадров – требует организации объективного процесса «формулирования» функциональных обязанностей, выбора из возможных кандидатов наиболее подходящих, как с использованием персональных резюме, так и с учетом информации о соискателях из открытых источников, а также требует организации непрерывного эффективного процесса обучения в различных экономических формах;
- юридическая поддержка и обеспечение правовой безопасности – требует поддержания постоянного уровня компетенций, формирования собственной базы регулирующей деятельность бизнеса информации, а также внимательного и разумного выбора партнеров и исполнителей.

Такой список можно продолжать до бесконечности, убедительно аргументируя полезность информации для совершенно разных сторон ведения бизнеса.

Работа с информацией должна вестись активно и профессионально. Многие вопросы должны решаться и подсказываться бизнесу информационными экспертами. Некоторые виды решений могут результативно подготовить только по-настоящему компетентные исследователи и аналитики, которые не только обладают определенными навыками, но и постоянно следят за актуальной информацией в соответствующей сфере.

Теория и практика менеджмента должна обогатиться информационной составляющей на профессиональной основе.

Менеджмент бизнеса, если он реально отдает себе отчет в инновационных изменениях на рынках в результате информатизации и не хочет потерять свои позиции, должен научиться делать следующие вещи:

- понимать суть и важность информатизации рынков;
- знать особенности и возможности по управлению информационными потоками;
- уметь отбирать данные, управлять ими и организовать информационные процессы в бизнесе;
- находить эффективные информационные инструменты и внедрять их для использования внутри бизнеса;
- обеспечивать рост компетенций бизнеса за счет расширения знаний в рамках постоянного процесса обучения;
- формировать ИТ-инфраструктуру, включая технические и программные средства;
- контролировать производительность информационных потоков;
- организовывать информационное взаимодействие сотрудников внутри компании, а также в рамках внешнего общения с клиентами, партнерами, регуляторами, общественными представителями, средствами информации;
- управлять рисками, связанными с широкой информатизацией бизнеса;
- выстраивать безопасную работу с информацией;
- и т.д.

РЕШИТЕЛЬНО РЕАЛИЗОВАТЬ...

Проблема эффективной практики менеджмента в условиях широкой и глубокой информатизации внешней и внутренней среды бизнеса обуславливает потребность в создании и развитии системы соответствующих знаний, инструментов и программ обучения. Знания – это то, что позволяет выполнять работу профессионально и эффективно. Программы обучения – это то, что позволяет ввести знания в процессы компании, передав их конкретным сотрудникам. Инструменты – это то, что позволяет подготовленным сотрудникам выполнять полезную и продуктивную работу с использованием полученных знаний и приобретённых навыков.

Учитывая возможности и проблемы информатизации бизнеса и особенности менеджмента, с этим связанные, наиболее убедительным является представление в рамках системы соответствующих знаний, инструментов и программ обучения специальных комплексных решений – продуктов, которые основаны на действительно эффективных и производительных инструментах.

Бизнес должен получить практически полезные комплексные продукты, а не рассуждения о пользе и важности управления информационными ресурсами.

Теория менеджмента в условиях информатизации; исследования и аналитика рынков и поведения потребителей в условиях сильного информационного воздействия; методики расширенного информационными инструментами стратегического, тактического и оперативного планирования; информационно-аналитическое моделирование бизнес-объектов и бизнес-процессов, - всё это становится действительно ценным с практической точки зрения, когда подкреплено понятными, релевантными, удобными и конкретными решениями.