



Informační management

2. hodina – KISK FF MU

jan.matula@fpf.slu.cz

Etapy vývoje IM, Informační strategie organizace,
Podnikatelská strategie organizace



Rekapitulace vymezení

Přechod od společnosti industriální ke společnosti znalostní.

Informační společnost – Znalostní společnost – prostředí znalostní ekonomiky.

Charakteristické rysy nového prostředí

Mezi ekonomy neexistuje jednoznačná shoda ve vymezení nové ekonomiky, lze ji však přiřadit následující čtyři rysy:

1. Vysoká přidaná hodnota, kterou přinášejí zboží a služby, jež úzce souvisejí se znalostmi a vzděláním.
2. Výrazně se zvýšil prostor pro agilní firmy. Informační technologie poskytly společně nástroj k provádění rychlých a účinných změn.
3. Nová ekonomika – a s ní související rozvoj informačních a komunikačních technologií – výrazně omezila problém geografických vzdáleností.
4. Výrazné omezení (či přímo vyloučení) zprostředkovatelů a jejich služeb.

KISLINGEROVÁ, E. *Inovace nástrojů ekonomiky a managementu organizací*. Praha : C. H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7179-882-8.



Vývoj pojetí informačního managementu

Označení „informační management“ je relativně nový pojem.

Nejednoznačnost pojmu je způsobena:

- vymezením „managementu“
- vymezením „informace“
- změny chápání pojmu v průběhu období od jeho vzniku

I. etapa „engineering efficiency“

- pojem IM poprvé užit v r. 1966 – R. S. Taylor a kol. – Konference pod záhlavím IM k otázkám systémového pojetí a zpracování inženýrských informací a výuky.
- Chápání IM orientováno na hospodárné řešení převážně „tvrdých“ technických úloh, resp. hospodárnost práce s technickými informacemi.
- IM spojován s aplikací ICT při hromadném evidenčním zpracování údajů.



II. etapa „IM jako výrazový prostředek odborníků v oblasti ICT“

- konec 70. a 80. léta 20. stol.
- pozornost zaměřena na postupy ekonomicky hospodárné realizace projektů tvorby a fungování informačních systémů, založených na prostředcích moderní ICT resp. IS.
- slovo „management“ reprezentuje akcent na zajištění hospodárného přístupu práce v oblasti informatiky.

II. etapa (pokračování)

v průběhu 80. let vznikla celá řada definic IM např.:

- M. J. Earl: „*IM - management pro aplikaci informační technologie, který vyžaduje vzájemně sladěné plánovací metody, kontrolní procedury a organizační zajištění.*“

II. etapa (pokračování)

- dochází k transdisciplinárnímu propojení informačních procesů s manažerskými pohledy (oproti předchozím etapám).
- charakteristický rys I. a II. etapy – dochází k poměrně malé bezprostřední účasti budoucích uživatelů na projektových pracích aplikace IS/ICT.
- sílí důraz na postavení a úlohu řídicích pracovníků, kteří se na IS/ICT podílí → vznik funkce tzv. „informačních managerů“.

II. etapa (pokračování)

- zkušenosti z praxe prokázaly, že akcent IM jen na hospodárné zajišťování informačních procesů může sklouznout i k „dokonalému provádění nesprávně koncipovaných záměrů“.
- v II. etapě dochází k značné popularizaci a rozšíření pojmu IM – odborné časopisy:
 - Information management journal (GB)
 - Information Management (Německo)

Vznik organizací:

- Association for Information Managent (Německo)
- The Association for Information Managent (Anglie)

III. etapa

- počátek 90. let 20. století
- akcentuje se využití prostředků ICT k zabezpečení KVALITNÍ MANAŽERSKÉ PRÁCE, tj. efektivní dosažení poslání a cílů organizace.

D. P. Best: „IM se rozumí efektivní tvorba, uchování, třídění a rozšiřování libovolného formátu a na libovolných přenosových prostředcích, které pomáhají zajistit podnikové cíle“.

W. J. Martin: „Management informačních zdrojů organizace k zajištění jejich záměrů a cílů“, mj. upozorňuje že současné definice jsou z praktického hlediska identická s pojmem „information resources management“

Současné chápání IM

- dnešní pojetí IM by mělo respektovat jak primární potřeby manažerského pohledu, tak i návazné hospodárné zajištění tomu odpovídajících informačních procesů.

primárně „dělat správné věci“

(effectiveness) → „umět tyto věci dělat hospodárně“ (efficiency).

Současné chápání IM (pokračování)

- Pro manažery nejsou samy aplikace IS/ICT cílem. Jsou efektivním prostředkem, který jim pomáhá umožnit, usnadnit, zhrdospodárnit a především zkvalitnit jejich jednání, zejména pak uspokojit jejich individuálně založené informační potřeby.
- Syntézou nároků na informační zajištění manažerské práce by měl být IM koncipován jako transdisciplinární odbornost.
- Jde o propojení poznatků moderního managementu, informatiky a systémových přístupů.

Definice IM

- IM lze definovat jako: transdisciplinárně pojatý soubor poznatků, metod a doporučení systémových přístupů a informatiky, které pomáhají vhodně realizovat informační procesy manažerského myšlení a jednání k dosažení cílů uvažované organizace.
- Při tvůrčí syntéze poznatků moderního managementu, informatiky a systémových přístupů, popř. dalších, vznikají předpoklady vzniku synergického efektu jejich tvůrčí integrace. Podstatný je pozitivní vliv na manažerské činnosti. Projevuje se v nové kvalitě znalostí, u aplikátorů přináší aktivaci vazeb mezi poznatky jednotlivých disciplín“.
- Taktéž se používá termín „cross-fertilization of ideas“ tzv. vzájemné oplodnění poznatků z různých disciplín.



Informační strategie organizace

- určuje základní směry budování toku informací tak, aby zpracované informace sloužily řídicím pracovníkům k efektivnímu a úspěšnému rozhodování a snižovaly riziko této činnosti.

Informační strategie organizace zahrnuje:

I. SPECIFIKACI KLÍČOVÝCH INFORMACÍ

- pro hodnocení stavu trhu,
- vyhodnocování trendů vývoje trhu,
- postavení organizace na trhu s ohledem na konkurenci
- pro vyhodnocení aktuálního interního stavu organizace (a dosavadního průběhu všech procesů v organizaci)



Informační strategie organizace

Informační strategie organizace zahrnuje (pokračování):

2. přehled standardů, které chce organizace uplatňovat při budování IS
3. objem finančních prostředků vyčleněných na realizaci informační strategie
4. program rozvoje IS (i v dlouhodobém horizontu)
5. zásady pro vyhodnocování účinnosti informační strategie a IS.

Informační strategie organizace

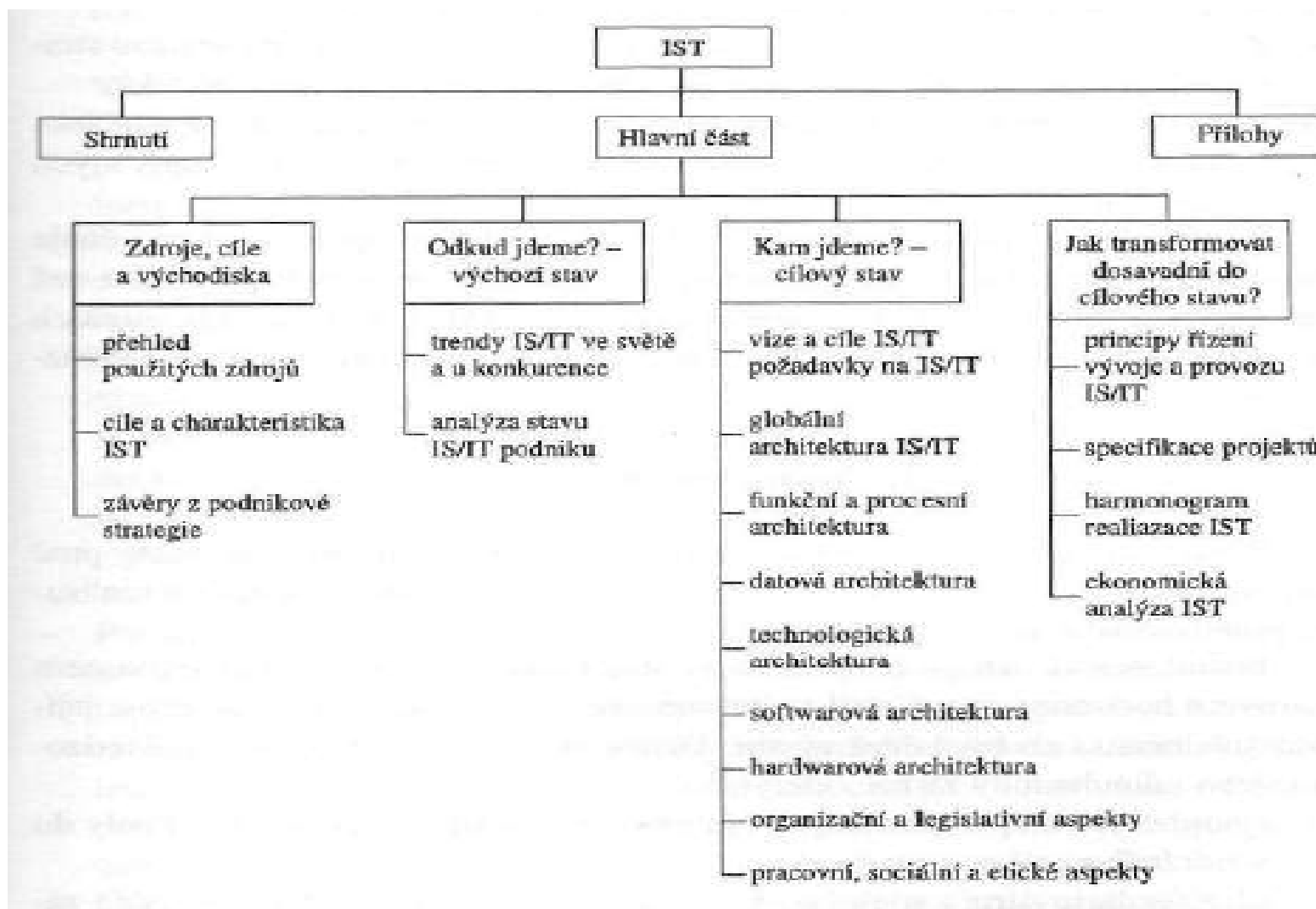




Předpoklady pro úspěšnou Informační strategii organizace

- přímá návaznost na Podnikatelskou strategii a komplexní strategii řízení jakosti (TQM), návaznost na ekonomický management, bezpečnost práce, sociální aspekty a zdraví zaměstnanců,
- zahrnutí všech interních činností a funkcí organizace (od předvýrobních etap až po prodej, včetně oblužných činností),
- optimální využívání ICT,
- specifikace oblastí vyšší konkurenceschopnosti,
- explicitní formulaci informační strategie ve zvláštním dokumentu, schváleném vrcholovým managementem,
- prosazování strategie vedením organizace

Legislativní a organizační aspekty Informačních strategií




Doporučení pro úspěšné naplnění Informační strategie organizace

- 1) všichni členové vrcholového vedení musí ve své činnosti akceptovat skutečnost, že v konkurenčním prostředí tržní ekonomiky jsou informace, s nimiž organizace disponuje, jedním z rozhodujících zdrojů její dlouhodobé prosperity.
- 2) všichni členové vedení musí být seznámeni s principy současných informačních technologií, s postupy zavádění těchto technologií do praxe (včetně průběžného doplňování vědomostí a zkušeností) a musí rutinně ve své práci technologie využívat.



Doporučení pro úspěšné naplnění Informační strategie organizace

- 3) Přijetí rozhodnutí o zpracování
Informační strategie firmy
- 4) Získání široké podpory Informační
strategie organizace na všech liniích
řízení (střední management).
- 5) Důsledné naplňování Informační
strategie tak, jak byla naplánována s
dodržováním jednotné strategie a
dosahování jasně definovaných cílů.



Podnikatelská (globální) strategie firmy (GST)

- GST dává ve středně a dlouhodobém časovém horizontu smysl a cíl veškerým aktivitám organizace a zamezuje jejímu živelnému a chaotickému vývoji.

GST je dlouhodobý rámec, který:

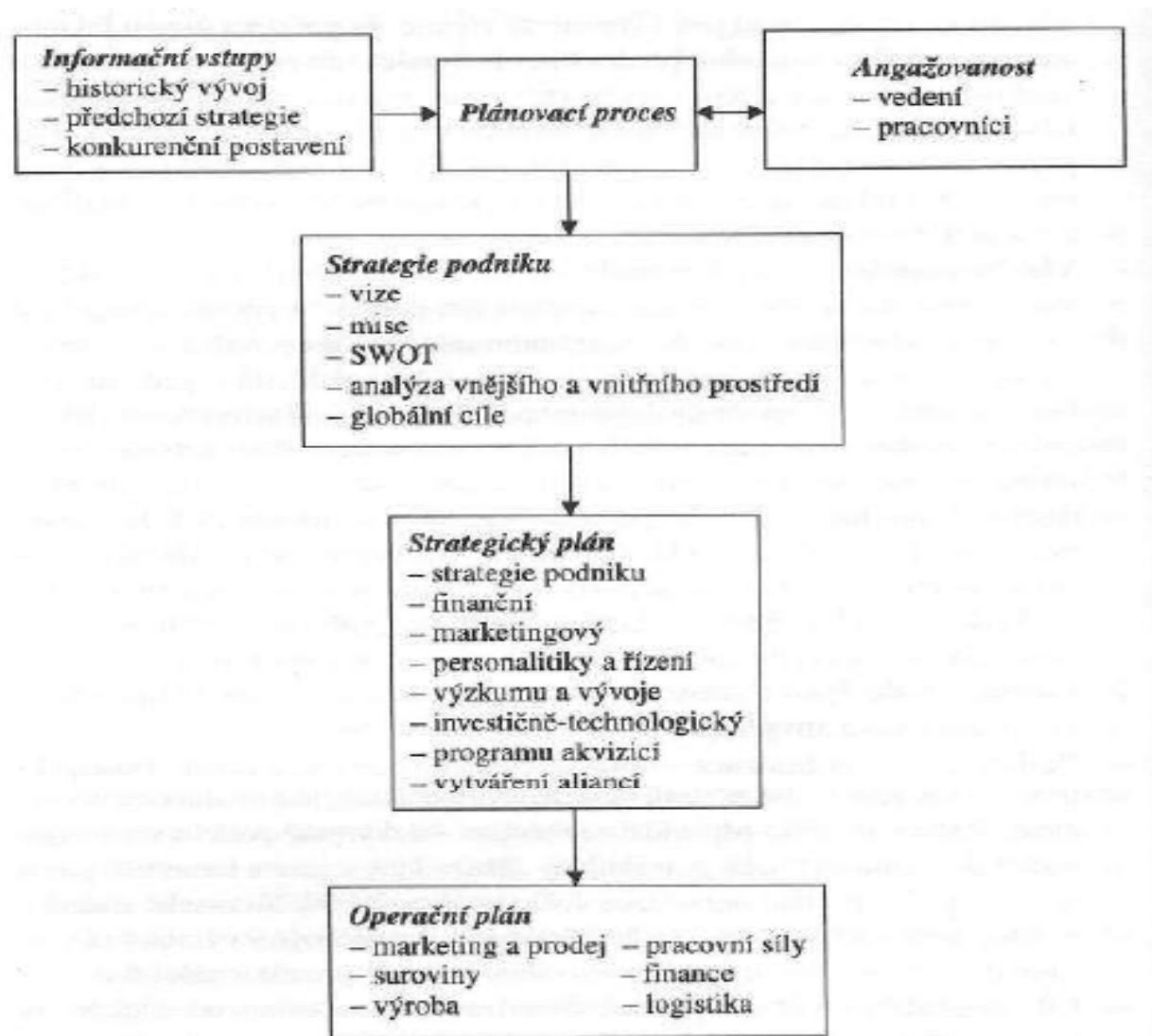
- sjednocuje ve společnosti její hlavní cíle, priority, dílčí kroky a úkoly do soudržného celku,
- přizpůsobuje zdroje společnosti měnícímu se prostředí, trhu a zejména zákazníkům,
- uspokojuje očekávání zainteresovaných skupin



Základní části Podnikatelské strategie firmy

- SWOT analýzy
- vize organizace
- poslání (mise) organizace
- cíle organizace

Příklad tvorby Informační strategie



Průvodní znaky nevyjasněné firemní strategie

- způsob rozhodování jednotlivých manažerů je nekonzistentní a nekoncepční, je podceňován a opomíjen význam analyzování, plánování a tvorby strategie,
- vázne komunikace, existuje nedůsledná, neřízená až špatná interní a externí komunikace, něco jiného se říká, něco jiného se dělá,
- organizace plýtvá zdroji, aktivity organizace jsou často zaměřeny na tzv. krátké peníze,
- vedení organizace má pouze zbožná přání, nikoliv reálné cíle, nechává se ukolébat momentálními úspěchy.



Průvodní znaky nevyjasněné firemní strategie

- management je v neustálém časovém stresu, podceňuje se pravidelné monitorování zpětné vazby u všech procesů a následných náprav změn,
- organizace se potřebuje rozhodnout a nemá informace, existuje opomíjení a přehlížení nových trendů a přílišný konzervatismus.



Průvodní znaky nevyjasněné firemní strategie

- organizace ztrácí intelektuální kapitál, opouští ji schopní a znalí lidé, chybí cílené a trvalé vzdělávání, je postrádáno kvalitní personální řízení,
- přetrvává představa, že řízení organizace vyřeší IT, nedůslednost při implementaci.



Použité zdroje:

VODÁČEK, L.; ROSICKÝ, A. *Informační management: Pojetí, poslání a aplikace*. 1.vyd. Praha : Management Press, 1997. 144 s. ISBN 80-85943-35-2.