

## ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В СИСТЕМІ ЗНАТЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

### THE QUESTION OF DETERMINING THE INFORMATION ENVIRONMENT IN THE SYSTEM OF KNOWLEDGE OF THE REGIONAL INFORMATION MANAGEMENT

*В статті розглянуто поняття інформаційного простору в системі знань регіонального інформаційного менеджменту. Досліджено зміни регіонального економічного простору внаслідок змін у системі суспільного відтворення. Визначені концептуальні положення регіонального інформаційного менеджменту щодо формування інформаційного простору. Визначено, що важливою ланкою в процесах формування і реалізації стратегії розвитку території та забезпечення інвестиційної привабливості є використання інформаційного маркетингу.*

**Ключові слова:** інформаційний простір, регіональний інформаційний менеджмент, регіональний інформаційний маркетинг, інформаційний потенціал.

*В статье рассмотрено понятие информационного пространства в системе знаний регионального информационного менеджмента. Исследованы изменения регионального экономического пространства вследствие изменений в системе общественного воспроизводства. Определены концептуальные положения регионального информационного менеджмента по формированию информационного пространства.*

*Определено, что важным звеном в процессах формирования и реализации стратегии развития территории и обеспечения инвестиционной привлекательности является использование информационного маркетинга.*

**Ключевые слова:** информационное пространство, региональный информационный менеджмент, региональный информационный маркетинг, информационный потенциал.

*The article deals with the concept of information space in the knowledge system of regional information management. The changes in the regional economic space due to changes in the system of social reproduction are investigated. The conceptual provisions of regional information management on the formation of information space are defined. It is determined that an important link in the processes of formation and implementation of the strategy of development of the territory and ensuring investment attractiveness is the use of information marketing.*

**Key words:** information space, regional information management, regional information marketing information potential.

УДК 005:004

**Коваленко Ю.О.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту  
Індустріальний інститут  
ДВНЗ «Донецького національного  
технічного університету»

**Постановка проблеми.** Розвиток інформаційного суспільства ставить перед державою завдання перегляду напрямів формування інформаційного простору. В останні десятиріччя спостерігається різке збільшення обсягів інформації, що призвело до суттєвої зміни інформаційних відносин у суспільстві, де результатом праці стають переважно інформаційні ресурси та наукові знання.

Особливого значення набувають проблеми інформаційного забезпечення регіональної системи управління. Державна та регіональна політика у сфері формування інформаційних ресурсів та інформації має бути спрямована на ефективне та якісне інформаційне забезпечення управлінських рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній літературі територія, яку охоплено засобами масової інформації певної категорії (наприклад, регіональними, національними, світовими) розглядається як відкрита система інформаційного простору [1, с. 218].

У більшості публікацій інформаційний простір має яскраво виражений соціальний характер. У центрі його стоїть суб'єкт, який у процесі діяльності створює, накопичує, передає, зберігає інформацію, формує складні інтеграційні процеси. Таким суб'єктом виступають як особистість, так і соціальна група, державний орган - тобто всі, хто використовує мож-

ливості сучасних інформаційних технологій, інформаційних продуктів, мереж [2; 3; 4].

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження поняття інформаційного потенціалу в системі знань регіонального інформаційного менеджменту.

**Виклад основного матеріалу.** Інформаційний простір в баченні більшості науковців є продовженням, логічним ланцюжком економічного простору. Саме категорія економічного простору надає новітнього бачення, стимулів та форматів дослідження складних системам макро-, мезо-, мікроекономіки.

Варто наголосити, що окремі зміни у процесі суспільного відтворення, наприклад, такі як глобалізація чи науково-технічний прогрес, є першо-причиною не однієї, а багатьох системних змін економічного простору територій, тому оскільки економічний простір є консолідованою системою, цей вплив має всеохоплюючий характер (рис. 1). Цей же висновок доцільно зробити на основі двох основних властивостей економічного регіонального простору - динамічності і складності, тому констатуємо характер впливу змін в системі суспільного відтворення на архітектуру регіонального економічного простору як мережевий [5].

Для економіки України дослідження в форматі економічного простору є умовно новітніми, носять узагальнюючий характер, формують платформу для бачення складної структури простору.



**Рис. 1. Зміни регіонального економічного простору внаслідок змін у системі суспільного відтворення**

*Примітка: складено автором за матеріалами джерела [5]*

Оскільки саме ця категорія охоплює одночасно та інтегровано економічні, соціальні, культурні, екологічні, інформаційні, техніко-технологічні, галузеві процеси; зв'язки та мережі; інфраструктурне та інформаційне забезпечення в системі відносин суспільного відтворення в регіоні.

Таке бачення економічного простору передбачає зміну концептуального наукового навантаження на систему знань регіонального менеджменту та передбачає залучення інтегрованих інформаційних систем забезпечення, відповідних до цільових потреб, запитів. Також повинні активно змінюватися механізми, інструменти та технології опрацювання великих масивів інформації.

Науковці наголошують, що сьогодні світова система господарювання, яка нині здійснює глобальний вплив на архітектуру економічного простору України, стимулює консолідацію агентів архітектури економічного простору, витісняє слабких, або примушує їх шукати способи концентрації ресурсів і можливостей для виконання вимог світового ринку. Синергетичний ефект інтеграції підсилює її привабливість для агентів архітектури, що прискорює і поширює інтеграційні процеси. Підставами для інтеграції є: єдність об'єкта управління (наприклад, централізація системи менеджменту), продукту (створення продуктової структури), мета (підтримка конкурентоспроможності або проблема виживання в нових умовах). Таким чином форму-

ються різноманітні альянси: національні та міжнародні [5].

Наукові дослідження, розширення меж та оцінки міжнародної інтеграції та глобалізації мають специфічні наслідки, що впливають на економічний простір, одночасно виокремлюють та поєднують інформаційний простір [5]:

- зменшення кількості вузькоспеціалізованих підприємств та послаблення контролю за якістю продукції;

- створення гібридних багатофункціональних і багатоярусних агентів архітектури економічного простору;

- зниження чутливості і гнучкості агентів через збільшення їх середнього розміру;

- укрупнення підприємств і відповідне зменшення сектору малого бізнесу, який є основою та індикатором ринку;

- реформування інфраструктури економічного простору;

- трансформації ринків: праці - через вивільнення великої кількості робітників інтегрованих підприємств, фінансово-кредитного - через збільшення середнього розміру, строків, умов надання позик, інформаційного - через системне інтегрування з усіма ринками одночасно;

- зміна механізмів господарювання, виробництва та менеджменту, пріоритетність інформаційних інструментів та технологій впливу;

системне розповсюдження науково ємних технологій, що ґрунтуються на управлінні знаннями.

Підкреслимо, що системне бачення регіонального економічного простору на початкових етапах формування відповідної системи знань регіонального інформаційного простору є новітнім напрямом досліджень. Але питання зміни парадигми наукових досліджень відбувається стрімко, системно у відповідності до потреб національної економіки, інформаційного прогресу.

Більшість науковців, що досліджували питання інформаційного простору, розуміють його як сукупність баз та банків даних, технологій їх ведення і використання, інформаційно-телекомунікаційних систем та мереж, які функціонують на основі єдиних принципів і за загальними правилами, що забезпечує інформаційну взаємодію організацій і громадян, а також задоволення їх інформаційних потреб.

Аналіз наукових публікацій дозволив виявити основні складові та відповідні характеристики національного інформаційного простору:

інформаційні ресурси - бази і банки даних, усі види архівів, системи депозитаріїв державних ІР, бібліотеки, музейні сховища і та ін.;

інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура:

територіально розподілені державні і корпоративні комп'ютерні мережі, телекомунікаційні

мережі і системи спеціального призначення та загального користування, мережі і канали передачі даних, засоби комутації та управління інформаційними потоками;

інформаційні, комп'ютерні і телекомунікаційні технології - базові, прикладні і забезпечувальні системи, засоби їх реалізації;

науково-виробничий потенціал у галузях зв'язку, телекомунікацій, інформатики, обчислювальної техніки, поширення і доступу до інформації;

організаційні структури, включаючи кадри, що забезпечують функціонування і розвиток національної інформаційної інфраструктури;

ринок інформаційних технологій, засобів зв'язку, інформатизації і телекомунікації, інформаційних продуктів і послуг;

система масової інформації;

інститути соціального руху інформації, інтегрованих організацій, мереж;

система інформаційної безпеки та інформаційного законодавства.

На думку автора, цілісність регіонального інформаційного простору створюють механізми та інструменти знань РІМ. Ключові положення наведені на (рис. 2).

Концептуальне бачення має узагальнений науково-практичний характер, спрямоване на зміни системи та формує пріоритетність управління знаннями РІМ з позиції бачення майбутнього та

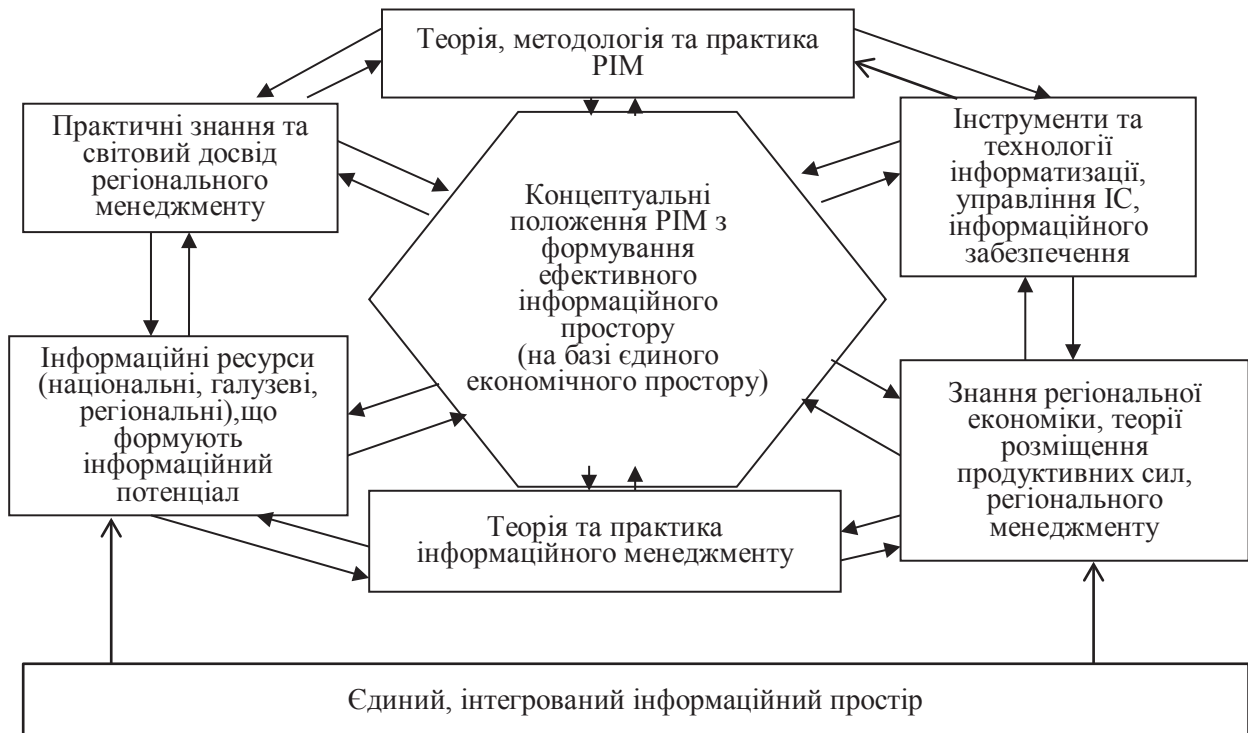


Рис. 2. Концептуальні положення регіонального інформаційного менеджменту щодо формування інформаційного простору

Примітка: розроблено автором самостійно

збалансованої дії єдиного інформаційного простору (інтегровані та консолідовані інформаційні ресурси).

Інформаційний простір є проекцією інформаційного потенціалу регіону. У системі менеджменту інформаційний потенціал розглядають як динамічну систему, що має стадії: «накопичення - систематизації - зберігання - використання - відтворення».

Інформаційний простір є статичним явищем, це як би зріз інформаційного потенціалу у заданій площині та відповідний до часових рамок. Але він також володіє характеристиками динамічних систем: розвивається, консолідує ресурси, інтегрує знання, формує синергетичні платформи змін та ін.

Тому в системі знань РІМ інформаційний простір потребує досліджень у контексті бачення внутрішньої архітектури; комунікацій, характеристик відображення, формалізованих та неформалізованих знань тощо. Цільове, контрольоване, регульоване використання інформаційного потенціалу регіону є умовою переходу до інформаційного суспільства, інформаційної економіки. Цільове поєднання інформаційного потенціалу регіону з науковим також є необхідною умовою інформаційного прогресу.

Визначення та оцінювання інформаційного простору регіону передбачає поступове розширення досліджень із питань інформаційної безпеки. Це спрямування на її комплексне визначення та дослідження низки питань, таких як [6; 7]:

безпека процесу відтворення інформаційного середовища;

ризик системного порушення інформаційного середовища;

оцінка відтоку інформаційних ресурсів закордон або в інші регіони;

оцінка станів інформаційної кризи та наявності системних порушень у відтворенні з урахуванням впливовості на регіональні та національні ринки;

оцінка ролі та місця інформаційних ресурсів, інформаційного ринку в неефективному функціонуванні ключових регіональних ринків - праці, нерухомості;

визначення системного впливу на економічну ефективність та технологічну спрямованість розвитку [6; 7];

Як один із складових в структурі інформаційного простору регіону необхідно виділити інформаційний маркетинг.

Сьогодні перед багатьма українськими регіонами гостро стоїть проблема ефективної та адекватної регіональної політики, спрямованої на реконструкцію і реформування економіки, залучення інвестицій, розробку і здійснення планів розвитку територій, можливість створення системи інформаційного маркетингу регіону з метою формування програм забезпечення сприятливого

інвестиційного клімату, обґрунтування стратегічних напрямів економічного розвитку, виявлення та реалізацію можливостей взаємодії на різних рівнях регіонального управління і господарювання.

Ринкова економіка обумовлює вимоги до використання концепції маркетингу як методологічної бази для вивчення проблем стратегічного розвитку регіонів і розробки шляхів їх розв'язання. Це виявляється у різних підходах до створення програм забезпечення сприятливого інвестиційного клімату; обґрунтування стратегічних напрямів економічного розвитку; виявлення і реалізації можливостей взаємодії на різних рівнях управління і господарювання.

Використання системи регіонального маркетингу в структурі інформаційного простору є важливою ланкою в процесах формування і реалізації стратегії розвитку території та забезпечення інвестиційної привабливості, створення перспективних ринків майбутнього, відбору і підтримки інвестиційних проектів, які найбільшою мірою відповідають поточним і майбутнім потребам регіону.

Система інформаційного забезпечення маркетингу інвестицій регіону має на увазі створення, розвиток і розповсюдження позитивної картини, передусім, інвестиційної привабливості. Подальші стратегії, так само, як і ефективність стратегії в цілому, залежать від іміджу, що вже склався, і положення справ у регіоні. Зі свого боку, інвестиційна привабливість регіону здатна забезпечити конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках. Інноваційне накопичення інвестицій є основною умовою стійкого економічного розвитку. Приток інвестицій в конкретні регіони залежить від змісту діяльності органів місцевого управління зі створення сприятливого регіонального інвестиційного клімату.

Система інформації повинна забезпечувати низку управлінських дій, цільових заходів щодо здійснення маркетингової діяльності та формування відповідної інфраструктури регіону:

специфічні принципи організації маркетингових комунікацій, на основі яких можуть бути визначені етапи, що є підходом до методологічної концепції системи маркетингових комунікацій;

алгоритм формування системи маркетингових комунікацій на основі виявлених системних принципів і галузевих особливостей регіону;

оцінювати проблеми маркетингових дій та заходів;

методику комплексної оцінки ефективності системи маркетингових комунікацій;

залучення іміджевих технологій просування проектів та програм .

Система інформаційного забезпечення маркетингу регіонів повинна стати активним інструментом, що допомагає в розповсюдженні і під-

тримці регіонального іміджу серед представників обраних цільових груп, причому зусилля і витрати цієї сфери діяльності повинні рухатися від можливих потенційних до дійсних клієнтів. Значна роль в цій системі належить регіональним комунікаціям, що реалізують принцип формування іміджу регіону. Вони є активним засобом дії на різні цільові аудиторії. Важливість і своєчасність такого інструменту визначається, з одного боку, необхідністю активізації суб'єктів економічних відносин на регіональному рівні за допомогою комунікацій, з іншого, збільшенням потенціалу інформаційних технологій, що забезпечують реалізацію даного завдання. Такого бачення дотримуються науковці-регіоналісти, вони активно накопичують відповідний потенціал знань [8; 9;10; 11].

Система інформаційного забезпечення маркетингу комунікацій регіону повинна враховувати вплив таких факторів:

- регіональні цілі, базові стратегії підтримки регіонального ринку;
- стан та особливості організації, інфраструктурного забезпечення інформаційного простору регіону;
- стан споживацької аудиторії;
- традиції, що склалися в комунікаційній політиці регіону;
- стан регіонального конкурентного середовища;
- ступінь та особливості розвитку інфраструктури регіону.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Отже, інформаційний простір є системою з організаційно впорядкованою сукупністю інформаційних ресурсів, інформаційних технологій, що реалізують інформаційні процес в системі регіонального інформаційного менеджменту. Основною метою формування інформаційного простору є підтримка рівня інформаційного потенціалу регіону та інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень. Регіональний інформаційний простір як сфера інформаційних обмінів має складатися з розгалуженої системи структур, що забезпечують створення нової інформації, зберігання та захист наявної, а також організацію її використання за допомогою мережі засобів комунікації з метою забезпечення інформаційних інтересів.

#### **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Михайлин, І. Л. Основи журналістики: підр. К. : ЦУЛ, 2002. 284 с
2. Інформаційний простір: українські реалії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 8 груд. 2011 р. Акад. наук вищ. освіти України, Ін-т журналістики. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Нац. спілка журналістів України; ред. кол. : Ю. В. Бондар та ін. К. : Експрес-Поліграф, 2012. 143 с.
3. Слюсаревський М. М. Інформаційний простір: критика існуючих визначень і спроба по-будови теорії. Харківський держ. ун-т. Вісник. Х., 1999. №439. Ч. 4, 5: Сер. Психологія, політологія: Особистість і трансформаційні процеси у суспільстві. С. 337-342
4. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки. Закон України: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.08.2007р. № 653-р. Відомості Верховної Ради України. 2007.
5. Прямухіна Н. В. Проблеми та перспективи розвитку регіонального ринкового простору в умовах трансформації: монографія Черкаси, 2015. 330 с.
6. Мартинович В.Г. Информационный потенциал государства и региона: теория и методология. Зб. наук.праць ДонДУУ: «Механізми державного управління економікою України». Серія «Державне управління». Т. XI. Вип. 173. Донецьк: ДонДУУ, 2010. С. 152-159
7. Мартинович В.Г. Інформаційна безпека: її місце та роль у системі ефективного менеджменту. Зб. наук.праць ДонДУУ: «Механізми підвищення ефективності управління функціонуванням регіональної економіки». Серія «Економіка». Т. XII. вип. 188. ч. 2. Донецьк: ДонДУУ, 2011. С. 123-129.
8. Зінченко О.А. Формування позитивного потенціалу іміджу регіонів України: теорія, методологія, практика: монографія. Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2018. 465 с.
9. Коломицева О., Коляденко С. Фактори та умови розвитку регіональної інформаційної інфраструктури регіону. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Вип. 42. Ч. II. С. 21-28.
10. Коломицева О.В., Наденко І.С., Коломицев А.О. Стратегічна концепція формування маркетингового потенціалу регіону: моногр. Черкаси: видавець Чабанець Ю., 2016. 266 с.
11. Фінагіна О.В., Зінченко О.А., Сапельнікова Н. Л. Передумови формування позитивного іміджу регіонів України: потенціал, механізми та інструменти розвитку сфери послуг. Економіка, організація і управління. Вінниця, 20018. №2(30). С. 6-7.