

РОЗДІЛ 2

АДМІНІСТРАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

(ВОРОНКОВА ВАЛЕНТИНА ГРИГОРІВНА - доктор філософських наук, професор кафедри філософії і політології, професор кафедри менеджменту організацій, завідувач кафедри менеджменту організацій та управління проектами ЗДІА (Запоріжжя, Україна)

2.1 Інформаційна діяльність управлінця як об'єкт соціально-філософської рефлексії. Роль інформатизації в управлінській діяльності

2.2 Концептуалізація інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології

2.3 Парадигма інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології

2.4 Умови адміністративної діяльності в умовах еволюції суспільства від інформаційного до смарт-суспільства

Література

2.1 Інформаційна діяльність управлінця як об'єкт соціально-філософської рефлексії. Роль інформатизації в управлінській діяльності

Розглядаючи проблему управлінської діяльності як предмет соціально-філософської рефлексії, слід проаналізувати поняття «рефлексії». Відмітимо, що у європейській філософії вона вперше була поставлена Сократом та її висхідною формою було самопізнання. Але головне в тому, що рефлексія визначально осмислювалася як спосіб обґрунтування цінностей – моральних, естетичних та ін. Тим самим був обраний курс на онтологічне тлумачення рефлексії, який сягнув майже до Нового часу, змінивши його на гносеологічне обґрунтування. Вже в європейській філософії Середніх часів функціональне призначення рефлексії якісно змінюється, вона виступає як модус релігійних цінностей, включаючи в себе і інші. У Новий час рефлексія виступає як спосіб наукового знання, а у якості методологічного принципу за допомогою неї можна вирішувати гносеологічні проблеми. Саме у цей час формується її адекватне розуміння та іманентна сутність, що у подальшому знайшло своє втілення в державно-управлінському процесі [145].

В розвитку поняття «рефлексії» виділяються два основних етапи: 1) рефлексія як спосіб обґрунтування наукового знання в індивідуальній самосвідомості (Декарт-Локк-Лейбніц); 2) рефлексія як спосіб обґрунтування наукового знання у суспільній самосвідомості (Фіхте-Шеллінг-Гегель). У критичній філософії І.Канта рефлексія відіграє подвійну роль; у некласичній філософії XIX-XX ст. рефлексія визначається як філософський метод обґрунтування самих основ духовної і практичної діяльності. Першорядна роль філософської рефлексії досліджувалася як на індивідуальному, так і на соціально-комунікативному рівнях в умовах формування управління як системи

[2,368с.]. Найбільш глибоко в індивідуальній людській діяльності її роль була виявлена феноменологією (Гуссерль, Вебер, Шюц), екзистенціалізмом (Гайдеггер, Сартр, Камю, Ясперс), прагматизмом (Пірс, Джемс, Дьюї); в соціально-комунікативній діяльності – герменевтикою (Дільтей, Гайдеггер, Рікер, Гадамер) [156; 157].

Для нас важливим є вчення К. Ясперса, для якого філософська рефлексія є важливою для людини, яка попадає у критично-межову ситуацію. У феноменології та екзистенціалізмі визначалися відповідно предметні і ціннісні засади людської діяльності, у прагматизмі мова йшла про виявлення її операціональних основ, в основі чого рефлексія тлумачиться як спосіб мислення. Інструментальний розвиток трактування філософської рефлексії представляв Дьюї; у герменевтиці методологічне значення рефлексії було встановлено Гадамером, який, відмічаючи діалектичний характер будь-якої рефлексії, вбачав її природу у відображенні. На його думку, як відношення відображення, думка також рефлексивна, проте рефлексивний рух неможливо обмежити думкою. Так як рефлексія є в будь-якій діяльності, то рефлексія як відображення діяння самої справи є діяльнісною формою рефлексії. Тому в історії російської методологічної школи виявилось два напрями дослідження рефлексії - Г. Щедровицького, що розвивається згідно формули: «відображення-дія-відображення», і І. Ладенка, що розвивається згідно формули «дія-відображення-дія». Проаналізувавши прояви рефлексії, можемо відмітити, що у першому випадку рефлексія визначається як «відображення відображення», у другому – діяльнісному, як «дія дії», тобто шляхом подвоєння дії, що, згідно з Гадамером, розвитку поняття «рефлексії» виділяються два основних етапи: 1) рефлексія як спосіб обґрунтування наукового знання в індивідуальній самосвідомості (Декарт-Локк-Лейбніц); 2) рефлексія як спосіб обґрунтування наукового знання у суспільній самосвідомості означає «діяння самої дії». Якщо реалізацію першого варіанту ми вбачаємо в концепції інтелектуальних систем І. Ладенка, то реалізацію другого – в системомиследіяльнісній концепції Г. Щедровицького та загальній теорії систем [158;159].

Ми прагнемо дослідити, що рефлексія є опосередкованим відображенням суб'єктом об'єкта, способом даного опосередкування являється самосвідомість суб'єкта, причому як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях. В цілому рефлексію визначаємо як відображення іншого в собі, а себе в іншому. Рефлексія в той же час відіграє суттєву роль у вирішенні протиріч між суб'єктом і об'єктом, у методологічному сенсі вона є способом вирішення суперечностей між суб'єктом і об'єктом, що означає відтворення основ людської діяльності. Соціальна модель філософської рефлексії виявляє світоглядні основи людської діяльності. Граничними світоглядними основами являються предметні, операціональні і ціннісні: рефлексивна дія обертається діями відображення (рефлексії). Але у плані реалізації своєї нормативної функції прикладна методологія являється управлінською діяльністю. Постільки прикладна філософія у своїй теоретичності і науковості є тотожною прикладній науці, управлінські функції властиві і філософській рефлексії. Це означає, що

філософська рефлексія у своїй раціональній діалектичній формі, також направляє, організує і регулює людську діяльність. Можна передбачити, що діалектичний метод, будучи способом свідомого (рефлексивного) вирішення протиріч, що виникають у взаємодії суб'єкта з об'єктом, здійснює дані функції у категоріях «мета», «засіб» і «результат». Адже, будь-яка діяльність є цілеспрямованою, організується за допомогою засобів і регулюється на основі результатів. Тому виявляючи світоглядні основи культури, філософія формулює (організує) універсальний рефлексивний механізм як спосіб реалізації (і регуляції) всіх рефлексивних процесів у людській діяльності, формуючи управлінську діяльність як єдиний соціальний процес і організм [155; 156].

Досліджуючи специфіку філософської рефлексії в управлінській діяльності, означимо, що, рефлексуючи «зсередини» даних процесів і будучи «над» ними, рефлексія тим самим ними управляє. Управлінська діяльність, що здійснюється на основі рефлексії і через посередництво рефлексії, визначається в різних формах як рефлексивне управління. Закономірна спеціалізація рефлексивного управління здійснюється у двох напрямках: 1) стосовно звичних ситуацій мова йде про самоуправління; 2) стосовно критичних ситуацій – про зовнішнє управління ними. Філософське осмислення управлінської діяльності визначально виявляється зовнішньою рефлексією. У гранично загальному світоглядному контексті філософська рефлексія ставить і вирішує проблеми управління, тобто відповідає на питання: що це таке, а в управлінському контексті вона осмислює проблеми методології управлінської діяльності, визначає концептуальні підходи до управління як такого. У методологічному контексті управлінської діяльності філософська рефлексія ставить і вирішує проблеми методологічних засад прийняття рішень – ядра і суті будь-якої управлінської діяльності в контексті саморозгортання соціального світу [173; 174].

Проведений аналіз дозволяє відмітити, що рефлексія – це механізм і процес самопізнання, самовизначення, саморозвитку, самооцінки і самоорганізації керівників. Рефлексія як механізм включає механізм самозапуску, принципом якого є динамічна рівновага протилежностей. Тому рефлексивне управління – це метод підвищення ефективності діяльності організації, в основі якої – самовизначення і професійно-особистісний саморозвиток працівників організації. Рефлексуючий суб'єкт – це професійно зростаючий суб'єкт організації, для якого активність стає рушійною силою розвитку організації. Модель рефлексії розробляється кожним співробітником у рамках методологічних принципів єдності особистості, свідомості, мислення і діяльності. У цілому керівник направляє рефлексивне управління на формування єдиної управлінської команди, використовуючи всі механізми – комунікаційні, соціально-особистісні, інтелектуальні, особистісно-вольові. Рефлексивне управління виступає як управління підготовки і прийняття управлінських рішень. В самоуправлінні дану функцію бере на себе самосвідомість, яка є у той же час і центром предметної свідомості і направлена на виявлення об'єктивного у суб'єктивному смислі, що і є безкінечним

процесом. Самосвідомість і є початком самостійності і відповідальності у прийнятті рішень. Розвиток управлінської рефлексії передбачає вихід за межі власної, внутрішньої її сфери у зовнішній соціокультурний контекст. У різних сферах культури вона формує універсальне відношення людини до світу і стає філософською рефлексією. З іншої сторони, разом з конкретною універсальністю філософська рефлексія набуває і реальної влади [175].

На нашу думку, постільки процес рефлексії має свій початок і своє завершення, системогенез її механізму у граничному вигляді має потрійний смисл: 1) нереклексивна (дореклексивна) стадія; 2) реклексивна стадія (рефлексія першого порядку); 3) самореклексивна (надрефлексивна) стадія, в контексті якої мова йде про рефлексію другого порядку і наступних порядків. Реклексивний механізм є їх результатом. У своїй найбільш розвинутій формі, що акумулює у знятому вигляді всі попередні стадії, він виступає просто як рефлексія рефлексії. Але ця абстракція передбачає безкінечну багатоманітність його конкретних форм: поняття поняття, мислення мислення, пам'ять пам'яті, свідомість свідомості, наука науки, кібернетика кібернетики, комунікація комунікацій, управління управлінням. Звідси виникає необхідність представляти цей механізм на конкретно-всезагальному, тобто світоглядному рівні [176].

Відповідно до проблеми нашого дослідження **смыслеогенез** реклексивного механізму в його універсальному – онтологічному – смислі сполучається з антропосоціогенезом, досягаючи рівноваги живих, технічних, соціальних та екологічних систем [178]. Серед основних форм людської активності слід виділити три матеріальні системи відображення: 1) поведінську; 2) діяльну; 3) автокомунікативну. У процесі автокомунікації відбувається замкнення відкритої системи людської діяльності, її самоорганізація і опосередкування безпосереднього. Авторефлексія, тобто рефлексія над рефлексією немов би повертає нас назад – у нереклексію. Способом цього відтворення уявляється позитивний і негативний зворотний зв'язок, що сприяє формуванню механізму управлінської діяльності. Авторефлексія (саморефлексія) розділяється на ту, що: 1) виробляє; 2) і ту, що відтворює, в результаті чого формується механізм зворотного зв'язку, як і механізм взаємозв'язку і механізм відбору. У гносеологічному аспекті смыслеогенезу філософська рефлексія виступає як спосіб виявлення унікальних пізнавальних засад реклексивного механізму прийняття людиною рішень. Рефлексія над процесом прийняття рішень виявляє їх граничні методологічні засади, творчий характер яких найбільш глибоко проявляється у самосвідомості. Логіку усвідомлення цих засад слід уявляти як послідовність категорій: «мета-засіб-результат», які можна уявити як способи (форми) вирішення задач закритого, відкритого і синергетичного типів. Структурування реклексивного механізму управлінських рішень здійснюється на рівні ідей, концептів, концепцій, концептуальних підходів, теорій, парадигм у координатах управління [179].

Означимо, що у контексті **культуроогенезу** філософська рефлексія виступає як універсальний спосіб усвідомлення процесів підготовки і

прийняття управлінських рішень у різних сферах людської діяльності. Відповідно буденного, теоретичного і метатеоретичного рівнів відображення можна виділити її 1) одиничну; 2) особливу; 3) всезагальну форми. На третьому, особливо філософському рівні, рефлексивний механізм управлінських рішень формується також в категоріях «мета», «засіб» і «результат», пов'язаних між собою. Як спосіб самовизначення людини у світі, відтворююча філософська рефлексія у методологічному аспекті управлінської діяльності виражається принципом самодетермінації. Самодетермінація у цьому плані виступає не тільки умовою її відтворюючої активності чи свободи, але і джерелом багаточисленних різновидностей «самості». Отже, вона також є принципом самостійних управлінських рішень. Таким чином, суб'єкт виявляє висхідні умови своєї власної управлінської діяльності (**самоуправління**), а засади цих рішень знаходяться у різних формах рефлексивного механізму управлінських рішень в історичних формах саморегуляції управлінського процесу [199; 200; 201].

Найбільш фундаментальна, філософська інтерпретація способу самовизначення в управлінській ситуації уявляється: 1) як відповідне витлумачення даної ситуації; 2) як визначення у ній власної позиції суб'єкта; 3) як визначення управлінського відношення суб'єкта до об'єкта. В останньому виражається сам принцип самодетермінації суб'єкта самоуправління. Категоріальна модель управлінської ситуації, за допомогою якої здійснюється цей процес, уявляється в свідомості суб'єкта, і являється автокомунікативною системою. Наступним ланцюгом у такій системі може опинитися кожний елемент цієї управлінської системи, причому у кожному її елементі рефлексивно відображається структура цілої системи. У рефлексивному механізмі управлінських рішень також відбивається вся управлінська ситуація всієї інфосфери [194].

Отже, філософська рефлексія як принцип представляє собою методологічну точку зору. В управлінській ситуації їй відповідає позиція засобів. У цьому смислі поняття «управлінська ситуація» співпадає з поняттям «проблемна ситуація», а управлінська діяльність виступає як свідоме вирішення суперечностей у взаємодії суб'єкта з об'єктом. Таким чином здійснюється перехід від простого управлінського опосередкування до складного рефлексивного опосередкування всередині управлінської діяльності. Процес рефлексивного опосередкування суб'єкта і об'єкта, тобто процес вирішення діалектичних суперечностей між ними, передбачає наявність і послідовне виділення у категоріальній моделі трьох позицій: 1) об'єкта; 2) засобу; 3) суб'єкта. Висхідна діалектична суперечність з цих позицій розгалужується відповідно певних аспектів; відповідно, виділяються три основних типи особливих, управлінських проблем: вибору, взаємозв'язку і зворотного зв'язку. Проблема вибору виникає у відкритій системі і людської діяльності, коли проявляються різні її напрямки. У закритій системі, коли виявляються розриви (невідповідності) діяльності, виникають проблеми зв'язку. Проте відмінності цих систем відносні: коли центр (механізм) управління знаходиться всередині системи, вона являється закритою, коли ззовні – відкритою. Проблема

зворотного зв'язку виникає тоді, коли необхідно визначити своє місце у конкретній ситуації, виникає як проблема самовизначення суб'єкта управління у конкретній ситуації. Рефлексивний механізм підготовки і прийняття рішень являється достатньою умовою для принципових рішень будь-яких управлінських проблем. Саме у цьому проявляється його універсальність. Але філософська рефлексія не дає у такій формі апріорних, готових рекомендацій на всі випадки життя. Її дієвість у тому, що вона формує у суб'єкта вміння самостійно приймати рішення у будь-яких конкретних управлінських ситуаціях, коли формуються доленосні рішення на етапі сучасного державотворення [190; 191; 192]

Можемо констатувати, що прикладна роль філософської рефлексії у свідомому вирішенні суперечностей між суб'єктом і об'єктом всередині управлінської діяльності. Управлінські рішення, зумовлені філософською рефлексією, відіграють значну роль у формуванні свідомості суб'єкта. Їх методологічна зумовленість філософською рефлексією проявляється на трьох рівнях: 1) на рівні визначення самого поняття «відповідальності»; 2) на дескриптивному рівні; 3) на нормативному рівнях.

У зв'язку з цим варто зауважити, що рефлексивно-філософський аналіз поняття «відповідальності» акцентує увагу на трьох найбільш загальних аспектах його зумовленості: 1) структурному; 2) функціональному; 3) розвитку. При цьому ми отримуємо відповіді на питання, хто і перед ким її здійснює, за що суб'єкт несе відповідальність, як він реалізує свою відповідальність [197; 198.]. Як свідчить аналіз, усвідомлення відповідальності здійснюється в конкретній взаємодії суб'єкта з об'єктом, тут же криється і джерело відмінностей в її розумінні. У часовому розумінні вона розділяється на ретроспективну і перспективну: ретроспективною являється відповідальність за здійснення дій, які представляються об'єктивними, вис тупаючи в позитивних і негативних результатах. Перспективна відповідальність – це відповідальність за попередні дії, результати якої виражаються суб'єктивно і в конкретних цілях. Суть першої розкривається в механізмі каузальної детермінації, суть другої – в механізмі телеологічної детермінації. На їх основі виникають дві загальні концепції відповідальності: 1) **дескриптивна** і 2) **нормативна**. В дескриптивній концепції відповідальності по результатам відтворюється весь процес людської діяльності, досліджуються всі її структурні елементи. Виходячи з цього, здійснюється передбачення наслідків тих чи інших дій суб'єктів у різних умовах. В нормативній концепції мова йде про намагання суб'єктів активно приймати участь у перетворенні оточуючого світу, в результаті чого відповідальність постає як така, що пролонгується на перспективу. У даному контексті відповідальність визначається як здатність суб'єкта встановлювати зворотний зв'язок, який також може бути позитивним або негативним. В той же час відповідальність у сфері управління і самоуправління має свої особливості, а у сфері рефлексивного управління вони є особливими [196].

Таким чином, основні управлінські проблеми, що виникають як рух пізнання від конкретного до абстрактного (проблема зворотного зв'язку,

проблема взаємозв'язку, проблема вибору), перетворюючись у діалогічну форму, представляють як питання: що робити? як робити? для чого робити? навіщо робити? Разом з тим і управлінська відповідальність отримує визначеність тільки у позитивних результатах, тобто набуває ціннісного значення. Відповідальними рішеннями є ті, що з необхідністю приводять до значущих для суб'єкта результатів. Тому підготовка і прийняття відповідальних рішень у якості необхідного обґрунтування потребує певного рівня усвідомленості суб'єкта і саме у такому відношенні рефлексивний механізм управлінських рішень являється нормативним правилом. Методологічна зумовленість відповідальних управлінських рішень філософською рефлексією дескриптивно відображає зміну підходів у формуванні концептуальних основ рефлексивного управління і самоуправління. Натуралістичному типу відповідає класичний тип прийняття рішень (Дж. Нейман, О. Моргенштерн), системосмиследіяльнісному - некласичний (Г. Саймон, Ю. Козелецький), гуманітарному- постнекласичний (синергетичного типу). Перший тип зумовлює відповідальність за результати управлінських рішень, другий – за способи (засоби), третій – за їх цілі. Але ця форма включає в себе і всі інші, які генетично їй передують. Таким чином, у нормативному аспекті методологія виражає (у зворотному плані) весь рефлексивний механізм управлінських рішень. У своїй нормативній спрямованості філософська рефлексія здійснює пошук відповідей на питання: що робити? як? для чого? Ці питання являються світоглядними, так як вони є основними питаннями будь-якого світогляду. Відповідаючи на них принципово, філософська рефлексія визначає критичну межу відповідальності будь-якого суб'єкта за свої власні управлінські рішення, так як без цих засад не може бути відповідальних рішень. Проте, як відмічав М.Гайдеггер, «відповідь – це лише початок відповідальності». Філософія відповідає на всі питання і брати на себе відповідальність за управлінський смисл світоглядних питань. Філософська рефлексія дозволяє здійснювати це свідомо. У даному випадку мова йде про свідоме підпорядкування в самоуправлінні суб'єкта об'єкту і навпаки, що особливо проявляється у процесі підготовки і прийняття рішень суб'єктом у контексті виявлення об'єктивної логіки специфічного алгоритму. Формування рефлексивної системи ми означимо як організацію, зміну її якості – на ефективну організацію, а формування у результаті зміни якості нового у системі – як самоорганізацію. Під цілеспрямованими змінами стану системи розуміються такі процеси та операції, за допомогою яких дана управлінська система досягає нового оптимального стану, урівноваженого відносно зовнішнього середовища [181; 182].

Накопичення результатів емпіричних досліджень свідчить, що об'єктивна логіка цілепокладання, яка означена психологами, представляє собою закономірність у даній тріаді: мотив-умова-ціль. Рефлексивне відтворення даної закономірності у суб'єктивній формі, тобто у самому процесі цілепокладання, передбачає відповіді на наступні питання: що слід зробити? що можна зробити? що повинен зробити? Відповідь на перше питання визначає мотив діяльності; відповідь на друге питання визначає умови діяльності; відповідь на третє

питання визначає саму ціль – орієнтир діяльності. У трьох модальностях виражаються три основних модуси ціннісного відношення суб'єкта до об'єкта, а відповідні їм процеси представляють певні стадії процесу цілепокладання: 1) переживання ситуації; 2) розуміння ситуації; 3) бачення цілей. Таким чином, рефлексивне управління процесом цілепокладання закладається у методично сформованих відповідях на питання, що формуються на окремих етапах оцінки ситуації. У формі цих питань здійснюється конкретизація основної управлінської проблеми вибору. Рефлексивний процес породження цілі здійснюється шляхом вибору необхідного з можливого, шляхом мисленнєвого розподілу наявних ресурсів згідно з потребами та інтересами суб'єкта. Відносна завершеність рефлексії цілепокладання у тому, що у формі її ідеального продукту – цілі – знаходить своє вираження постановка проблеми, яка приводить до рефлексивного мислення, а потім управління. У контексті діалектичного методу виділяються три основних аспекти системного аналізу ситуації: 1) структурний; 2) функціональний; 3) генетичний. Послідовна реалізація проблеми на основі цих трьох підходів приводить до бажаних результатів, для чого потрібно знайти відповідні операції, алгоритми, програми, методи і способи дії [188].

Що стосується усвідомлення прийняття рішення як способу дії, то останній не тільки зумовлює її результат, але й зумовлюється результатом. Тому слід відмітити, що проблема прийняття рішень ідентична проблемі зворотного зв'язку. Таким чином, нами сформована мисленнєва модель зворотного зв'язку в управлінській діяльності, суть якої в невизначеності. Об'єктивна логіка вирішення проблеми представляє таку закономірність: можливі результати – бажані результати – певний результат. Її рефлексивне відтворення у суб'єктивній формі, передбачає послідовність відповідей на наступні питання: 1) що буде, якщо...? 2) що буде краще? 3) бути чи не бути будь-чому? Три виділені питання конкретизують практичне відношення самореалізації суб'єкта, і відповідні їм процеси представляють собою певні стадії і форми операціонального відображення управлінської ситуації: 1) передбачення результатів дії; 2) їх оцінку; 3) вольовий акт вибору результатів дії. Таким чином, рефлексивне управління процесом прийняття рішень у методично сформованих для реалізації відповідей на питання, що виникають на окремих етапах операціонального відображення ситуації.

2.2 Концептуалізація інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології

Результати фундаментальних досліджень концептуалізації парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології як нової парадигми розвитку цивілізації XXI століття представлено у наукових працях Р. Абдєєва, В. Андрущенко, Д. Белла, Н. Вінера, В. Воронкової, В. Вашкевича, О. Базалука, С. Гнатюка, В. Глушкова, В. Даніл'яна, О. Дзьобань, Ю. Дорошенка, Д. Дубова, У. Ешбі, К. Коліна, В.

Мельник, О. Кивлюк, В. Кременя, С. Курдюмова, М. Ожевана, Л. Петрушенка, К. Поппера, І. Пригожина, О. Пунченка, С. Савченко, О. Сосніна, А. Урсула, Р. Фішера, Г. Хакена, Р. Хартлі, К. Шеннона. На нашу думку, поняття «інформаційно-комунікативного менеджменту» слід розглядати в одному ряду з такими типовими характеристиками, як «постіндустріальне суспільство» (Д. Белл), «інформаційне суспільство» (М. Порат, Й. Масуда), «мережеве суспільство» (М. Кастельс), «нове індустріальне суспільство» (Дж. Гелбрейт), «активне суспільство» (А. Етціоні), «постекономічне суспільство» (В. Іноземцев), «організаційне суспільство» (Р. Престус), «пострадянське суспільство» (Ж. - Ф. Ліотар).

Згідно з Й. Хергетом, центральним пунктом інформаційно-комунікативного менеджменту є постулат, згідно якого інформація представляє собою найважливіший ресурс, фактор виробництва і конкурентоспроможності і потребує цілеспрямованої координації. Й. Хергет відмічає, що суть інформаційно-комунікативного менеджменту в тому, що підприємницька інформаційна інфраструктура повинна координуватися за допомогою вирішення трьох задач: 1) формування (побудова інформаційних систем – людина, інформаційні ресурси, інформаційні і комунікаційні технології); 2) керування (управління інформаційними процесами); 3) розвиток (перманентна здатність адаптації інформаційних систем до плинного оточуючого середовища). Й. Хергет відмічає, що сфера інформаційно-комунікативного менеджменту включає у себе декілька складових: 1) інформацію; 2) інформаційні і комунікаційні технології; 3) індивідуальних споживачів інформації. Г. Вірзіг розглядає інформаційно-комунікативний менеджмент як інтеграцію інформації і комунікації, виділяючи в ньому три аспекти інформаційного менеджменту, в результаті чого інформаційний менеджмент носить технократичний характер: 1) комунікаційний менеджмент; 2) управління інформаційними ресурсами; 3) управління обробкою інформації. Й. Хентце і А. Хайнеке визначають інформаційно-комунікативний менеджмент як сукупність правил, технічних засобів і систем (систематичне планування, організацію і координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації), які визначають інформаційну і комунікаційну структуру організації, визначаючи при цьому цілеспрямоване використання інформації як ресурсу. Г. Вольфрам розглядає інформаційно-комунікативний менеджмент як функцію управління в бізнесі, орієнтовану на ресурси, відносячи до його змісту задачі надання інформації і розробки інформаційних систем у сфері інформаційно-технічної інформації. Е. Фогель вводить поняття «менеджменту інформаційних ресурсів» як синонім інформаційно-комунікативного менеджменту, головна задача якого координація обробки інформації [184;185].

Перехід до інформаційного суспільства став носити характер технократичного проекту (проектів), що має в своїй основі інноваційний характер, що базується на інформаційно-комунікаційних технологіях і включає створення автоматизованих інформаційних систем, які повинні задовольняти вимоги інформаційного суспільства. У зв'язку з цим всі країни світу

приділяють велику увагу для упровадження сучасних інформаційних технологій в економіку країн і життя суспільства та розвитку інформаційно-комунікативного менеджменту. У Японії ще у 1972 р. був підготовлений «План створення інформаційного суспільства до 2000 р.». У США у 1993 р. був підготовлений документ, що визнавав стратегію адміністрації країни у сфері інформатизації під назвою: «Національна інформаційна інфраструктура: план дій». У Європейському Союзі підготовлена у 1994 р. І прийнята комісією Європейської спільноти програма «Європейський шлях в інформаційне суспільство». З 2000 р. почала реалізовуватися програма «Електронна Європа – інформаційне суспільство для кожного». У Фінляндії у 1995 р. розроблена програма «Фінський шлях в інформаційне суспільство», яка відома не тільки як високорозвинуте суспільство, але й як одна з самих конкурентоспроможних економік світу, що свідчить про дієздатність суспільства та інформаційно-комунікативного менеджменту. У 1996 р. уряд Німеччини представив програму «Шлях Німеччини в інформаційне суспільство» (Germany's Way to the Information Society). На протязі 1990-х рр. ХХ ст. у більшості найбільш розвинутих держав і цілому ряду країн, що розвиваються, були прийняті програми розвитку інформаційного суспільства [180].

Створено ряд міжнародних організацій, покликаних сприяти побудові інформаційного суспільства - Information Society Forum, European survey of the Information Society (ESIS). На кінець, у 2000 р на зустрічі G8 Була прийнята Окінавська Хартія Глобального інформаційного суспільства. Окінавська хартія приділяє особливу увагу упровадженню сучасних інформаційних технологій, що здійснюють свій вплив на економіку країн, образ життя людей та соціальний розвиток, взаємодію державних структур та населення. Більшість країн, що підписали Окінавську хартію, приділяють особливу увагу упровадженню сучасних інформаційно-комунікативних технологій, що представляють собою парадигму створення інформаційного суспільства. Вона включає:

1) сутність змін в економічній і соціальній сферах – у максимальному використанні знань і передових ідей, в контексті яких повинен бути подоланий розрив у сфері доступу до інформації і знань що існує між країнами;

2) хартія підтверджує принцип, що всі люди повинні мати рівні права використовувати переваги глобального інформаційного суспільства;

3) хартія звертається з закликом до всіх ліквідувати розрив, що існує між країнами у сфері інформації та знань [189].

Концептуалізації парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту сприяв розвиток теорії соціальних мереж та мережевого суспільства. Теорії соціальних мереж представляють собою методологічний апарат, найбільш адекватний дослідженням складного соціуму, що нелінійно розвивається за умов глобального соціуму. Мережа трактується як динамічна структурна форма, що дозволяє акумулювати нерівновагомі горизонтальні зв'язки, включаючи результати свідомих дій індивідуальних і колективних акторів, а також їх непередбачувані наслідки у відкриту систему. Саме мережеве суспільство починає виступати суспільством символічної реальності,

яке може розширятися шляхом включення нових вузлів, які здатні до комунікації. Тому ускладнення соціуму, ускладнення його динаміки, яка приймає нелінійний характер, потребує оновлення теоретико-методологічного апарату в контексті нелінійно-синергетичної методології, переосмислення її базових категорій, як соціальний простір і час, соціальна структура, соціальна стратифікація, мобільність, що викликає до життя нові форми теоретизування, у тому числі в контексті мережевого підходу до аналізу глокального соціуму.

Відмітимо, що поняття «мережеве суспільство» (network society) ввів в обхід американський соціолог М. Кастельс, згідно з яким мережа є динамічний соціум, що не має константних структур і передає по своїм комунікаціям масовані потоки інформації у прискореному режимі. Одиниця є мережа як нова просторова форма, що домінує в мережевому суспільстві, сформована з різноманітної сукупності суб'єктів і організацій, безпосередньо модифікованих, що пристосувалися доринкових і середових структур [203].

У контексті парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології виникають різні інтерпретації інформаційно-комунікативного менеджменту: іноді у ньому вбачають синонім внутрішньо-організаційного управління обробкою даних; в інших випадках він ототожнюється з комунікаційними та інформаційними процесами організації, що пов'язано з більш широким трактуванням інформації як ресурсу - самостійного фактору виробництва, який лежить основі процесу прийняття рішень. З позицій системного підходу інформаційно-комунікативний менеджмент охоплює планування, організацію, координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації з метою покращення її роботи. Інформаційно-комунікативний менеджмент стосується всіх функцій управління сучасних організацій, а також процесів комунікації і прийняття рішень. Інформаційно-комунікативний менеджмент передбачає загальну методологію роботи з інформацією в управлінських структурах. Враховуючи той факт, що основним носієм інформації в управлінні являється документ, то слід зробити висновок про те, що методологія інформаційно-комунікативного менеджменту у повній мірі може бути застосована до управління документацією в організації [186].

Концептуалізація поняття «інформаційно-комунікативний менеджмент» пов'язується з двома основними групами – типом ресурсів та типом інструментів, що кваліфікується як технологія управлінської діяльності і відбувається в умовах стохастичності інформаційного суспільства та мережевої економіки. Умовно ми можемо виокремити найбільш розповсюджені дефініції інформаційно-комунікативного менеджменту: 1) інформаційне забезпечення діяльності організації на всіх рівнях управління у самому широкому смислі слова; 2) інформаційні ресурси організації та управління ними; 3) інформаційні послуги і підприємництво; 4) інформаційні системи, технічна підтримка і управління ними; 5) обробка та аналіз інформації; 6) офіс-менеджмент; 7) стратегічне планування і менеджмент. Отже, парадигма інформаційно-комунікативного менеджменту включає інформацію як базовий компонент інформаційної системи організації, що розвивається за рахунок інформаційно-

комунікативних технологій і систем в результаті інформаційних процесів, що відбуваються в організації [234].

Всі країни вирішують проблеми концептуалізації інформаційно-комунікативного менеджменту (інформаційної економіки, інформаційних технологій, інформаційних систем, інформаційних ресурсів) з метою створення єдиного інформаційного простору, включаючи: 1) розробки консалтингового проекту (проектів) формалізації вимог до створення системи інформаційного простору організації; 2) проектування автоматизованих інформаційних систем та методів їх проектування; 3) реінжинірингу (реконструкції) бізнес-процесів інформаційного суспільства; 4) новий системний підхід, що регламентує проектування, розробку, супроводження і розвиток інформаційних систем (нове системне проектування); 5) розробку технологій інформаційно-комунікативного менеджменту – інформаційна техніка, інформаційні функції, інформаційне і комп'ютерне середовище системного менеджера, засоби інформаційного менеджменту тощо; 6) опис технологій інформаційно-комунікативного менеджменту у системах соціального захисту – інформаційні ресурси і моделі системи соціального захисту, технології інформаційного менеджменту даної системи, включаючи корпоративну автоматизовану інформаційну систему і систему персоніфікованого обліку [244].

2.3 Парадигма інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології

Слід виділити простір концептуалізації інформаційно-комунікативного менеджменту як матеріальної форми підтримки процесів і функцій, що домінують в організації в інформаційному суспільстві: 1) матеріальна опора простору (мікроелектроніка, телекомунікації, комп'ютерна обробка даних, системи сповіщення і високошвидкісного транспорту, що базуються на інформаційних технологіях); 2) вузли й комунікації, тобто простір потоків, що базуються на електронній мережі, яка пов'язує між собою конкретні місця з чітко виділеними соціальними, культурними, фізичними і функціональними характеристиками; 3) просторова організація домінуючих менеджерських еліт, що здійснюють управлінські функції, навколо яких формується організаційний простір. Звідси витікає надзвичайно важливий висновок, що мережа впливає на соціальну організацію спільноти [263].

Парадигму інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології слід розглядати як еволюцію розвитку західних суспільств (рівні, кондиції, еволюцію соціальних феноменів), кожний елемент якої слід експлікувати як мікросистему чи субсистему, яка може бути складовою системою будь-якої макросистеми чи макромоделі. Структура парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту потребує визначення архітектоніки диференціальних моделей, субмоделей і субсистем інформаційного суспільства з метою визначення його властивостей (атрибутів) як системи з урахуванням евристично-еволюційних тенденцій подальшого розвитку. Міждисциплінарна матриця парадигми інформаційно-

комунікативного менеджменту (філософська, кібернетична, соціологічна та інше) містить у собі відповідний понятійний ряд, що включає онтологічне, гносеологічне та аксіологічне визначення. Дана проблематика визначення парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту визначається соціокультурною детермінацією всієї системи діяльності, об'єктивними передумовами та суб'єктивними чинниками, взаємодією між суб'єктом та об'єктом, засобами та цілями, раціональним та ірраціональним, свідомим та несвідомим у системі розвитку інформаційного суспільства [264].

Концептуалізація парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології як нової парадигми розвитку цивілізації XXI століття представлена у роботах вчених синергетичного спрямування (І. Пригожин, І. Стенгерс, Г. Ніколіс, Г. Хакен). У творах цих авторів дається аналіз основних принципів постнекласичного пізнання, звернення до деяких аспектів їх застосування при аналізі інформаційно-комунікативного менеджменту, вони є корисними для нелінійно-синергетичної методології інформаційно-комунікативного менеджменту як складаного соціального, економічного і культурного феномену та процесів його розвитку. Так, І. Пригожин, Г. Ніколіс, Г. Хакен здійснили спробу аналізу з синергетичної точки зору пізнання інформаційних процесів сучасності, їх теоретико-методологічні праці зіграли провідну роль у становленні нової парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту у загальнонауковому і соціальному пізнанні. Так, С. Курдюмов підкреслює, що ідеї І. Пригожина аналогічні дослідженням процесів самоорганізації у відкритих нелінійних системах, які проводилися в Інституті прикладної математики ім. М. Келдиша не один десяток років. Особливо імпонувало С. Курдюмову те, що І. Пригожин здійснив спробу установити на рівні філософських узагальнень якісні зміни, які відбуваються у сучасних фізичних явищах про природу і світ у цілому. Нелінійно-синергетична методологія прояснює багато явищ інформаційно-комунікативного менеджменту, у якому відбуваються складні і суперечливі процеси [265; 266].

У результаті наукових розвідок І. Пригожина та І. Стенгерс теорія самоорганізації перетворюється на самостійну науку, що постійно розвивається, в контексті якої значний інтерес відіграють нелінійні процеси і нерівновагомість станів. Цей напрямок розвивався шляхом розвитку методів термодинамічного аналізу явищ самоорганізації. І. Пригожин та І. Стенгерс відмічали труднощі застосування синергетики до аналізу різноманітних процесів (управлінських, соціальних, економічних) у зв'язку з невизначеністю перемінних; необхідністю врахування жорстко визначеного оточення, з яким певна система обмінюється речовиною, енергією та інформацією. Як засвідчує соціально-філософський аналіз, всі роздуми про застосування синергетичного підходу до аналізу економічних явищ, процесів і розвитку суспільства виходять із розуміння управління цим суспільством як складною дисипативною системою.

У контексті парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту в контексті нелінійно-синергетичної методології переважає відкритість (здатність

обміну системи з зовнішнім середовищем), неурівноваженість, виникнення хаотичних і неупорядкованих структур більш високого порядку, до яких відносяться і мережеві структури. Ієрархія дисипативних систем інформаційно-комунікативного менеджменту створює ґрунт для виникнення різних рівнів синтезу порядку і хаосу. На феноменологічному рівні аналізу порядку і хаосу в дисипативних системах слід розкрити механізм їх соціальної самоорганізації, що приводить, з однієї сторони, до ускладнення соціальних структур з їх спрощенням через дії, що сприяють елімінації процесів – ієрархізації. З іншої сторони, до розпаду складних дисипативних структур на більш прості, приводять процеси переходу від упорядкованості соціальної системи до її хаотичного стану. Чергування процесів ієрархізації та деієрархізації в інформаційно-комунікативному менеджменті організації як складної соціотехнологічної системи визначається характером аттракторів, в процесі реалізації яких процеси ієрархізації визначаються як прості аттрактори, в інших - деієрархізації – дивні аттрактори [224; 225; 226].

Специфіка нелінійно-синергетичної методології парадигми інформаційно-комунікативного менеджменту у тому, що самоорганізація може бути проаналізована як виникнення нового цілого, утвореного узгодженою поведінкою складових елементів висхідного середовища. Визначальним фактором формування самоорганізації є виникнення набору можливостей подальшого відбору через посередництво масштабних флуктуацій. Розвиток, що розуміється як спонтанна природна самоорганізація, може бути пов'язаний з сталою закономірністю тільки як перехід від одних відносно сталих систем до інших. Причому, на рівні послідовних фаз розгортання нелінійного динамічного процесу здійснюється перехід до чергового вибору сталих структур, тобто буде здійснюватися сценарій переходу від хаосу до порядку і навпаки. Креативна робота соціальної випадковості у проблемному полі розгортання нелінійного динамічного процесу обмежена рамками особливих епох, коли здійснюється біфуркаційний перелом і народжуються нові структури. У спокійні епохи рівновагового існування управлінської системи панує детермінізм, здатний представляти випадкову флуктуацію як направлену всупереч встановленої детерміністської тенденції [236].

До аналізу інформаційно-комунікативного менеджменту можуть бути застосовані приклади нелінійно-синергетичної методології аналізу інформаційного суспільства. Народження нового типу інформаційно-комунікативного соціуму, що потребує упровадження на всіх рівнях інформаційно-комунікативного менеджменту, пов'язано з порушенням висхідної просторово-часової симетрії. По-перше, виникає часова неоднорідність – одному з можливих історичних шляхів розвитку інформаційного суспільства віддається перевага. По - друге, виникає нова просторова неоднорідність – з'являється нова структура, яка свідчить про те, що моделі інформаційного суспільства виникали у різні часи і в різних просторових координатах країн. Ще один з найважливіших синергетичних аспектів аналізу інформаційного суспільства – біфуркаційні епохи, як здатні порушити послідовно лінійне протікання подій. Постільки джерелами

обновлення порядку виступають самі найрізноманітніші сфери (детермінанти) буття – від природних до кібернетичних, то виникає необхідність полідетерміністського, багатовимірного описання цілісності самоорганізуючої системи, де був би врахований взаємовплив детерміністських імпульсів самої різноманітної природи. «Біфуркаційний хаос», що виникає в результаті розломів суспільства і цивілізацій є джерелом не тільки руйнації, але й творення нового, що й привело до еволюції соціумів від індустріальної і постіндустріальної стадії до інформаційної та «суспільства знань» [235].

Отже, смисл всіх переходів в інформаційному соціумі від порядку до хаосу і навпаки - у пошуках сталості організації як складної соціотехнологічної системи, яка здійснює управління завдяки підвищенню місця і ролі (виконання функцій) інформаційно-комунікативного менеджменту. Цей пошук проявляється у протилежних тенденціях: 1) прагненні до максимально неупорядкованого стану (хаосу) у замкнених системах; 2) прагненні до форм упорядкування (при певних умовах) у відкритих системах. Так, мірою безладу організації (дезорганізації) є величина, яка називається ентропією, а мірою порядку (організації) – негативна ентропія, що називається негентропією, чи «інформацією». Суттєвий аналіз процесів самоорганізації в організаціях як складних соціотехнологічних системах дає відповідь на питання: який характер тієї рушійної сили, що змушує дисипативні структури ускладнюватися у процесах ієрархізації чи спрощуватися у процесах деієрархізації та самоорганізуватися до стану упорядкування всіх структур [205; 206; 207].

Саме реалізації цих функцій і допомагає інформаційно-комунікативний менеджмент як нова цивілізаційна парадигма розвитку соціуму у XXI столітті. Американський спеціаліст М. Аткінджер вводить поняття «інтегрованого інформаційного менеджменту», під яким розуміється створення такої інформаційної структури, де всі «частинки» інформації забезпечують необхідний рівень співпадіння всіх інформаційних компонентів організації і сприяють її сталому розвитку. Під інформаційним суспільством слід розуміти таке суспільство, в якому інформаційно-комунікативний менеджмент розглядається як невід’ємний компонент управлінських технологій, в контексті якого інформаційні технології слугують інструментом досягнення цілей організації, яке здатне розподіляти і використовувати інформацію. Інформаційно-комунікаційний менеджмент – процес, що включає технології організації управлінської діяльності, направлені на досягнення цілей організації через посередництво упорядкування перетворень висхідних субстанцій та ресурсів організації завдяки інформації і перетворення її на вироби та послуги [211].

2.4 Умови адміністративної діяльності в умовах еволюції суспільства від інформаційного до смарт-суспільства

В умовах сучасного мінливого бізнес-середовища головним завданням для компанії, організації стає швидке реагування на зовнішні зміни та

відповідне впровадження ефективних заходів і методів взаємодії в інформаційному суспільстві, яке на заході поступово переходить в постінформаційне та smart-суспільство та потребує розвитку smart-бізнесу та smart-економіки. Аналіз ринку, потреб споживачів, моніторинг змін в їх перевагах і поведінці стають стратегічно важливими для бізнес-процесів, визначають подальшу діяльність організацій в інтернет-середовищі, що поступово стає «тканиною нашого життя» завдяки спроможності поширювати силу інформації всією цариною людської активності (М.Кастельс). Бізнес-процеси в умовах інформаційного суспільства, що переходить в smart-суспільство, представляють собою сукупність взаємопов'язаних дій, спрямованих на створення кінцевого продукту, – від розробки концептуальної ідеї до її втілення, що є технологічною засадою організаційної форми інформаційної епохи-мережі. Мережі як організаційні засоби простору Інтернет мають неабиякі переваги через властиві їм гнучкість та адаптаційність – принципові якості для виживання й успіху в довкіллі, що жваво змінюється. «На сьогоднішній день Україна займає четверте місце в світі по кількості і якості ІТ-фахівців, і сам цей факт вражає. Ми тепер повинні створити можливості, щоб ІТ-продукт вироблявся в Україні, кінцевий продукт, а не тільки наші фахівці працювали на аутсорсинг, щоб Україна стала центром, де виробляється сучасний інформаційний продукт» (Сергій Квіт).

В smart-обществе, как его описывают отцы-основатели этой популярной концепции, рост доступности и открытости информационных ресурсов и средств коммуникаций наряду с развитием Интернет-технологий, радикально изменяет все элементы общественной парадигмы: экономику, социальную политику, образование, трудовые отношения.

Результати фундаментальних досліджень концептуалізації проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного суспільства до smart-суспільства представлено у наукових працях Р.Абдєєва, В. Андрущенко, Д. Белла, Н. Вінера, В. Воронкової, О. Базалука, В. Глушкова, В. Даніл'яна, О. Дзьобань, Д. Дубова, У. Ешбі, К. Коліна, В. Мельник, С. Курдюмова, М. Ожевана, Л. Петрушенка, І. Пригожина, О. Пунченка, С. Савченко, О. Сосніна, А. Урсула, Р. Фішера, Г. Хакена, Р. Хартлі, К. Шеннона. На нашу думку, поняття «проектно-орієнтованого бізнесу» інформаційно-комунікативного менеджменту слід розглядати в одному ряду з такими типовими характеристиками, як «постіндустріальне суспільство» (Д. Белл), «інформаційне суспільство» (М. Порат, Й. Масуда), «мережеве суспільство» (М. Кастельс), «нове індустріальне суспільство» (Дж. Гелбрейт), «активне суспільство» (А. Етціоні), «постекономічне суспільство» (В. Іноземцев), «організаційне суспільство» (Р. Престус), «пострадянське суспільство» (Ж.-Ф. Ліотар). Аналіз тенденцій сучасного розвитку інформаційного суспільства до smart-суспільства вимагає від компаній, організацій здійснення ефективного управління бізнес-процесами задля зайняття переконливих позицій на ринку. найбільш дієво це реалізується в межах проектно-орієнтованих організацій, що представляють

собою по суті тип інноваційної організації. У всьому світі набирає обертів соціальна економіка, коли пріоритетним виступає не інтерес інвестора/акціонера, а суспільне благо, , все те, що відкриває нові можливості для створення суспільних благ. Модель проектно-орієнтованої організації застосовується до цілого ряду галузей і сфер економічної діяльності, яка володіє всіма внутрішніми і зовнішніми ресурсами, що формують передумови для створення окремого бізнесу як аналогу індивідуального проекту. Різні структурні моделі проектно-орієнтованих організацій спрямовані на пристосування типових і традиційно структурованих організацій до потреб окремих споживачів. Основна перевага проектно-орієнтованої організації полягає в тому, що всі зусилля концентруються на вирішенні одного конкретного завдання.

Еволюція концепції розвитку проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного суспільства до smart-суспільства визначається як мистецтво застосування системи сучасних методів ІКТ для досягнення певних результатів проектно-орієнтованої організації як однієї з перспективних у плані розвитку smart-суспільства. Основними принципами концепції розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах інформаційного суспільства є: 1) поглиблення рівня обґрунтованості інвестиційних рішень, що приймаються через посередництво багатоваріантних (не менше 3-х) і багатофакторних оцінок (технологічних, економічних, соціальних та інших); 2) висока міра координації і контролю у процесі виконання інвестиційних проектів; 3) систематичний аналіз і постійне відслідковування зовнішніх змін (кон'юнктури ринку з усіх видів ресурсів, різних невизначених обставин і негативних факторів, що виникають на шляху інвестиційного циклу).

Для аналізу еволюції концепції розвитку проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного суспільства до smart-суспільства слід використати: 1) технічний аналіз; 2) комерційний аналіз; 3) фінансовий аналіз; 4) економічний аналіз; 5) організаційний аналіз; 6) екологічний аналіз; 7) соціальний аналіз; 8) гуманістичний аналіз. Проектування виконується послідовно і включає: 1) вибір проекту; 2) оформлення контрактів; 3) планування проектно-кошторисних робіт і послуг; 4) власне проектування і узгодження проектно-кошторисної документації. Управління проектами – це процес управління командою, ресурсами проекту за допомогою спеціальних методів та прийомів з метою успішного здійснення поставленої мети.

Мета наукового дослідження – концептуалізація розвитку проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного суспільства до smart-суспільства та smart-менеджера (розумного, інтелектуального менеджера), що включає базові знання щодо ролі управління проектами.

В основі концепції розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в контексті еволюції від інформаційного суспільства до smart-суспільства - формування вмій і знань з управління проектно-орієнтованим розвитком бізнесу, що розвивається у рамках мережі. Мережі поширюються у всіх сферах економіки, переважаючи та перемагаючи вертикально організовані корпорації та централізовані бюрократії. Формування вмій і знань з управління проектно-

орієнтованим розвитком бізнесу проводиться на основі комплексного підходу з урахуванням того, що процеси управління проектами направлені на досягнення стратегічних цілей мережевого підприємства (організації) та їх економічної вигоди.

Сучасна концепція розвитку проектно-орієнтованого розвитку бізнесу в умовах еволюції від інформаційного суспільства до smart-суспільства включає усвідомлення місця та ролі управління проектами у загальній системі організаційно-економічних знань в соціальних науках, включаючи менеджмент; вивчення та обґрунтування основного змісту та структури процесів управління проектом; основні поняття та підходи до управління проектами в умовах еволюції від інформаційного суспільства до smart-суспільства, основні інструменти та навички проектно-орієнтованого розвитку бізнесу, самоменеджменту та творчого (креативного, інтелектуального) пошуку; конкурентні переваги від проектно-орієнтованого розвитку бізнесу, що включає гуманістичні аспекти, націлені на людину, її потреби та інтереси.

Сучасна концепція розвитку проектно-орієнтованого розвитку бізнесу в умовах еволюції від інформаційного суспільства до smart-суспільства направлена на те, щоб *вміти* застосовувати організаційний інструментарій і придбані професійні знання та навички на практиці; використовувати основні складові контекстуальної компетенції проектного менеджменту в управління проектами; класифікувати проекти за масштабом, за складністю, за термінами, за характером цільової задачі, за предметною сферою діяльності; ідентифікувати, аналізувати та ранжувати зацікавлених сторін проекту; управляти розвитком організації шляхом реалізації проектів на усіх стадіях життєвого циклу; узагальнювати матеріали аналізу стану підприємства (організації) для формування пропозицій щодо проектно-орієнтованого розвитку бізнесу; творчо використовувати проектний підхід і smart-підхід для адекватного вирішення проблем динамічно-інноваційного середовища.

Слід проаналізувати поняттєво-категорійний апарат концепції розвитку проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного до smart-суспільства. У професійному управлінні з поняттям «проект» пов'язується процес здійснення комплексу цілеспрямованих заходів щодо створення нового продукту чи послуг у рамках встановленого бюджету, часу і якості. При цьому процес розділяється на дві складові проектного чи продуктово-орієнтованого процесу, направленої власне на створення продукту чи послуги, що розповсюджується на всі види людської діяльності – від створення книги до освоєння космосу.

Проектно-орієнтована організація як основа розвитку проектно-орієнтованого бізнесу – це організація, що динамічно розвивається і трансформується соціально, ціль якої досягається на основі внутрішньо-організаційної інтегрованої/децентралізованої розробки та реалізації соціально-економічних проектів інноваційного розвитку. При цьому процеси інтеграції та/або децентралізації повинні бути збалансованими. **Основою діяльності проектно-орієнтованої організації є** виконання проектів, а основними статтями витрат – витрати на персонал та інформацію. Продуктом діяльності

проектно-орієнтованої організації вважається результат проектної роботи: програма, дослідний зразок, звіт або стаття про результати дослідження, рекламна кампанія для замовника тощо. Основна перевага проектно-орієнтованої організації полягає в тому, що вона концентрує всі зусилля на вирішенні одного завдання, у той час як керівник функціонального відділу може одночасно займатися кількома проектами.

Проектно-орієнтований підхід, що тисячоліттями використовується в інженерній справі чи техніці, перенесений на організаційні, економічні, соціальні чи інші проекти у нетрадиційних сферах, приводить в умовах інформаційного суспільства до колосальних успіхів. Багатоманітні замисли, заходи, плани в не інженерних сферах слід розглядати як проекти і застосовувати до них проектно-орієнтовану технологію: чітко визначати цілі, результати проекту, склад робіт, враховувати зв'язки і вплив на проект оточуючого середовища і багаточисленних учасників проекту і виводити обґрунтовані розрахунки реалізації проектів. Такий підхід дозволяє не тільки зрозуміти, але повинен визначити, які ми хочемо отримати результати, які кадри та ресурси необхідні, у які терміни ми прагнемо отримати результат і скільки це буде обходитися.

Отже, з нечітких, несистемних бажань у сфері різних соціальних, економічних та організаційних перетворень **за допомогою проектно-орієнтованого підходу** можна перейти до обґрунтованих, розрахованих і забезпечених реаліями параметрам проекту, який можна реалізувати як ефективний проект. Основна ідея технології проектно-орієнтованого менеджменту має чітко визначити цілі, склад робіт, розподілити відповідальність і ресурси, планувати всі види робіт з врахуванням ризиків і можливостей, постійно контролювати ситуацію і своєчасно реагувати на зміни і відхилення для досягнення цілей проекту у рамках встановленого часу, бюджеті та якості. В основі цієї технології лежить комп'ютерне уявлення проекту як динамічної моделі комплексу робіт з визначенням розрахункових і прогнозованих характеристик і показників проекту.

За допомогою формальної моделі і спеціальних програмних засобів концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу розглядається, з нашої точки зору, як невикористаний ресурс в Україні і здійснюється за рахунок: 1) безперервного комплексного і прогнозованого планування з врахуванням обставин, що сформувалися на даний момент часу; 2) безперервного моніторингу просування проекту, контролю виконаних робіт, видатків на засоби і ресурси, а також інші показники проекту; 3) регулювання процесу виконання проекту шляхом його перепланування з врахуванням виконаних робіт і ситуації, що склалася в рамках і за межами проекту.

Сучасна концепція розвитку проектно-орієнтованого розвитку бізнесу в умовах еволюції від інформаційного суспільства до smart-суспільства аналізує його проблеми за допомогою наступних видів аналізу: 1) проектний аналіз – визначення цінності проекту; 2) технічний аналіз – уточнення кошторису і бюджету проекту; уточнення фізичних і цінових непередбачуваних факторів, які приводять до непередбачуваним витратам; 3) комерційний аналіз – оцінка

проекту з точки зору кінцевих споживачів продукції чи послуг, що пропонуються проектом; у загальному вигляді ці задачі можливо звести до трьох: маркетинг; джерела і умови отримання ресурсів; умови виробництва і збуту; 4) екологічний аналіз – встановлення потенційного зиску, що наноситься оточуючому середовищу як в інвестиційному так і післяінвестиційному періоді, а також визначення заходів, необхідних для подолання чи пом'якшення цього ефекту; 5) організаційний аналіз - оцінка організаційної, правової, політичної та адміністративної обстановки, у рамках якої проект має здійснюватися і реалізуватися; 6) соціальний аналіз – визначення здатності плану проекту для його користувачів, результат соціального замовлення, який повинен забезпечити можливість стратегії взаємодії між проектом та його користувачами, підтримка населення і сприяння досягнення цілей проекту. Це бізнес, результати якого надаються споживачу у вигляді реалізованих проектів і програм, метою яких є створення продуктів і надання різноманітних послуг. Цей бізнес являє собою виробничу систему, на вході якої замовлення, контракти, угоди, договори, кожний з яких реалізується як програма чи проект, а на виході представляє створені продукти чи послуги. **До проектно-орієнтованого бізнесу відносяться:** інноваційна, інвестиційна сфери, консалтинг, інжиніринг.

Концептуалізація проектно-орієнтованого бізнесу від інформаційного суспільства до smart-суспільства особливо актуальна для таких галузей, в яких суттєву частку складає проектно-орієнтований бізнес. Це енергетика, нафтогазова промисловість, металургійна промисловість, велике машинобудування, аерокосмонавтика, транспортні комунікації, телекомунікації, інвестиційно-будівельна сфера, банківська справа, фінанси і страхування, інформаційні технології, перероблювана промисловість, автомобілебудування, фармацевтика, сфера торгівлі і обслуговування, науково-дослідна та інноваційна діяльність, а також державне управління на всіх рівнях, професійні послуги, управлінське консультування. Менеджмент проектів при його широкомасштабному застосуванні забезпечує високу ефективність здійснення проектно-орієнтованої діяльності. Упровадження менеджменту проектів в економіку України буде сприяти масштабному соціально-економічному розвитку України за рахунок підвищення ефективності державного управління на центральному, регіональному і муніципальному рівнях, сприяти підвищенню якості управління державними і приватними підприємствами, а також підвищенню інвестиційного клімату та інтенсивності обігу фінансово-кредитних ресурсів, що неминуче приведе до підвищення частки ВВП та рівня життя населення.

Використання проектно-орієнтованих систем управління в сучасному бізнесі дозволяє керівництву фірми вибудувати ефективну систему зв'язків між ланками, що беруть участь у розробці й реалізації проекту, і в кожний момент часу одержувати об'єктивну й повну картину діяльності організації. В основі управління проектами як нової парадигми організаційного мислення, лежить принципово нова комунікативна парадигма в сфері управління організацією. Хоча основним поняттям управління проектами є проект, реалізація ідеології

проектно-орієнтованого управління неминуче приводить до стирання границь між управлінням окремими проектами й управлінням фірмою у цілому, що приводить до зближення, а потім і злиттю понять проектного менеджменту та загального менеджменту.

Smart-економіка в умовах цифрової трансформації соціуму базується на високих, у тому числі енергозберігаючих технологіях та екологічній інфраструктурі; в мережевій економіці формується нова якість послуг, їх генерують самі користувачі, громадяни смарт-суспільства, що взаємодіють з органами державного управління і приватним бізнесом не по вертикальним, а не по горизонтальним зв'язкам. При цьому передбачається «fifthlevel service», коли сама послуга «знаходить» клієнта, а не навпаки. Застосування ІКТ дозволяє підприємствам (організаціям) добиватися значних економічних успіхів за рахунок швидкої адаптації до плинного бізнес-середовища, використання віддалених офісів, безперервної Інтернет-комунікації зі споживачами і партнерами. Розвиток інтернет-технологій формує унікальні умови для виникнення і працівниками і роботодавцями нових трудових відносин. Зокрема, у рамках **технології Смарт-Стаффіngu** реалізовані нові високотехнологічні підходи до залучення персоналу. Спеціалісти, що працюють в одній команді на загальний результат використовуються не одночасно, а послідовно, по певному графіку, а велика частина працівників може виконувати трудові функції у дистанційному режимі. Реалізація технології Смарт-Стаффіngu відбувається через розподільчу інтелектуальну Інтернет-b2b-платформу, за допомогою якої роботодавці на значній відстані залучають і перерозподіляють між собою доступні компетенції співробітників, а також заключають угоди з віддаленими працівниками за допомогою електронного документообігу. Еволюція бізнес-моделі сьогодні відбувається від електронного навчання до Smart-університету в контексті розвитку каталізатора інновацій в освіті: просування на інституційному/ національному рівні; система кібер-навчання в кібер-університетах, Центрах перепідготовки і навчання.

«Стаффіng» (staffing) – термін, що означає представлення персоналу на тих чи інших умовах: staff leasing - «аренда» персоналу, temporary staffing - поставлення тимчасового персоналу на короткий строк, аутстаффіng – виведення персоналу за межу штату. Smart staffing - «розумний стаффіng» - це у першу чергу ринкова технологія регулювання попиту і пропозиції трудових ресурсів, дотримуючи розумний компроміс між реаліями кадрового ринку і сучасними технологічними трендами, які відкривають нові можливості для управління доступністю персоналу потрібної якості і кількості, а також для сучасного його використання. Сучасна концепція стаффіngu повинна враховувати існуючі тенденції цифрової економіки і цивілізації: проникнення Інтернету у всі сфери нашого життя, зростання інтересу до віддаленої роботи і популярності «віртуальних офісів», розвиток «хмарних» технологій. Цифрова економіка епохи Інтернету формує унікальні умови для виникнення нових відносин між роботодавцями і працівниками, так і між компаніями, що розсіяні по всьому світу. Смартстаффіng за рахунок динамічного перерозподілу

трудоу ресурсів, у кінцевому рахунку, сприяє збільшенню національного «кадрового потенціалу». Частка «людського капіталу» у створенні «додаткової вартості», що повинна превалювати практично у будь-якому сучасному проекті. Для того, щоб своєчасно вирішувати унікальні задачі і підтримувати свою конкурентоспроможність, організації повинні мати доступ до кадрових ресурсів у потрібний час, сприяючи розвитку «людського капіталу» як конкурентоспроможного ресурсу для створення додаткової вартості, яка є інтелектуальною платформою, кадровою і соціальною інновацією. Місія компаній - надавати якісні, високопрофесійні послуги та впроваджувати інноваційні технології і рішення для управління бізнесом, в результаті чого компанії-клієнти стрімко та прогнозовано будуть рости та успішно розвивати свій бізнес. Принципом роботи SMART business є побудова довгострокових відношень з клієнтами, як наслідок високого результату та якості послуг.

Smart-інновації породжують нову парадигму розвитку суспільства, яка вважається найважливішим фактором становлення Smart-суспільства. Не випадково це зростання зафіксоване у документі «Європа - 2020: Стратегія розумного стійкого та інклюзивного розвитку» (Smart growth) - стратегія, що включає розвиток економіки, що базується на знаннях та інноваціях, та сприяє стійкому розвитку (Sustainable growth), більш ефективному використанню ресурсів, що включає інклюзивне зростання (Inclusive growth) та укріплення високої зайнятості населення, що в цілому сприяє розвитку Інтернет-економіки [2]. Відмітимо, що вперше термін «SMART-суспільство» ввів П.Друкер ще у 1954 р. перші літери якого означали: S - Self-Directed; M - Motivated; A - Adaptive; R - Resourceenriched; T - Technology. SMART-критерії, яким повинні відповідати цілі: 1) specific – конкретний (що необхідно досягнути); 2) measurable – вимірюваний (у чому буде вимірюватися результат); 3) attainable – досягнутий (за рахунок чого можливо досягнути цілі); 4) relevant – актуальний (визначення істинності цілі); 5) time-bounded - співвіднесення з конкретним строком (визначення часового проміжку, по закінченню якого ціль має бути досягнута). Правильна постановка цілей означає, що вони мають бути конкретними, вимірювальними, досягнутими, значущими і співвідноситися з конкретним строком, що й означають перші літери даного терміну. Слово «smart» у перекладі на українську означає розумний, тобто як такий, що сприяє розвитку розумних технологій і формуванню розумного суспільства [3]. Smart – це властивість системи чи процесу, яке проявляється у взаємодії з оточуючим середовищем і наділяє систему здатністю до реагування на зміни у зовнішньому середовищі: 1) адаптації до умов, що трансформуються; 2) самостійному розвитку і самоконтролю; 3) ефективному досягненню результату.

Ключовим у властивості «смарт» є здатність взаємодіяти з оточуючим середовищем. Не випадково передові країни вже давно сформували концепції (парадигми, теорії) розвитку смарт-суспільства, а саме – розумного суспільства, розумного уряду, розумної освіти, розумного міста, що пов'язано з формуванням «економіки знань». Smart - це властивість об'єкта, що характеризує інтеграцію у даному об'єкті елементів, раніше не поєднаних, які

здійснюються за допомогою використання Інтернет. Наприклад: Smart-TV, Smart-Home, Smart-Phone Smart-технології, що в цілому приведе до розширення трудової мобільності: в освіті, на державній службі і в багатьох інших сферах зайнятості.

В основі *Smart-суспільства* лежить розвиток «суспільства знань», цифрових технологій, цифрового суспільства, всього того, що зветься «цифровою ерою» розвитку цивілізації. Smart-суспільство побудоване таким чином, що «розумна» робота, яка утворена «розумним» життям, державою і бізнесом, базується на «розумній» інфраструктурі і «розумних» громадянах, які відіграють центральну роль у створенні smart-культури. Зарубіжні вчені вважають, що розвиток таких галузей, як Smart-транспорт, Smart-охорона здоров'я, Smart-енергетика, Smart-суспільство приведе до появи Smart-світу, детермінованого цифровими технологіями. Останнім часом стали виникати світові тренди у розвитку Smart: Smart-міста; Smart-країни; Smart-мобільності; Smart-екології; Smart-освіта; Smart-життя. Сучасна концепція смарт-уряду (Smart Government) базується на найновішій платформі «Smart Networks». Платформа Smart networks («розумних мереж») передбачає використання комунікаційних мереж для управління системами різної природи.

Розумна мережа виражається через три складових розвитку Інтернет: 1) міжмашинна взаємодія (M2M), тобто технології, що дозволяють машинам обмінюватися інформацією між собою або ж передавати її одностороннім порядком; 2) хмарові обчислювання (CC); 3) аналіз великих даних (Big Data). *Smart-економіка* – це економіка, що базується на комплексній модернізації та інноваційному розвитку всіх секторів на основі технологій нового покоління, що забезпечують високу додаткову вартість, енергоефективність, формування якісного оточуючого середовища і соціальну стабільність. Smart-економіка базується на високих, у тому числі енергозберігаючих технологіях та екологічній інфраструктурі. У «мережевій» економіці формується нова якість послуг: їх генерують самі користувачі, громадяни смарт-суспільства, що взаємодіють з органами державного управління та приватним бізнесом не по вертикальним, а по горизонтальним зв'язкам [4]. При цьому передбачається «fifth level service» така ситуація, коли сама послуга «знаходить» клієнта, а не навпаки.

Застосування ІКТ дозволяє підприємствам добиватися значних економічних успіхів за рахунок швидкої адаптації до плинного бізнес-середовища, використання віддалених офісів, безперервної комунікації з споживачами і партнерами. Смарт-суспільство кооперується в загальнонаціональну мережу, трудова діяльність в якому організується на основі колективного інтелекту, що породжує «смарт-роботу». У результаті зміни потреб інформаційного суспільства з'являються нові вимоги до трудових ресурсів, в контексті якого витребуваним є оволодіння колективною мережевою компетенцією. Смарт-суспільство включає в себе «розумні технології», освіту, управління містом, все те, що пов'язане з Інтернетом, та сприяє підвищенню ефективності нової ролі інформаційних технологій, які виступають у якості єдиної інфраструктури нового суспільства.

Поняття «інформаційне суспільство» характеризує постіндустріальний рівень його розвитку, на якому величезне значення має такий ресурс, як інформація. На зміну інформаційному суспільству йде «суспільство знань», яке інколи ототожнюється з інформаційним, проте в інших випадках його називають наступною стадією розвитку («Towards Knowledge Societies», доповідь ЮНЕСКО) з його найважливішим ресурсом знання. Розвиток інформаційного суспільства пов'язаний з початком ери становлення розуму. Логічним продовженням мережевого суспільства є смарт-суспільство (smart-society), що розвивається на основі смарт-технологій. Концепція смарт-суспільства знаходиться в основі сучасних державних програм розвитку країн Південної Кореї та Японії, зокрема, в Південній Кореї Національним соціальним агентством розроблена «Стратегія смарт-суспільства», що є надзвичайно актуальною. Smart-суспільство трансформує бізнес, роблячи управління більш інтелектуальним (гнучким, розумним), а діяльність, направлену на використання знань та інновацій. Освіта, за рахунок використання електронних і колективних технологій, стає більш масовою та ефективною.

Відповідно, смарт-держава повинна формувати смарт-громадян (розумних), які є високоосвіченими, так як використовують сучасні технології, діють колективно і приймають участь в управлінні [1]. Smart-інновації породжують нову парадигму розвитку суспільства, яка вважається найважливішим фактором становлення Smart-суспільства. Не випадково це зростання зафіксоване у документі «Європа - 2020: Стратегія розумного стійкого та інклюзивного розвитку» (Smart growth) - стратегія, що включає розвиток економіки, що базується на знаннях та інноваціях, та сприяє стійкому розвитку (Sustainable growth), більш ефективному використанню ресурсів, що включає інклюзивне зростання (Inclusive growth) та укріплення високої зайнятості населення, що в цілому сприяє розвитку Інтернет-економіки [2]. Відмітимо, що вперше термін «SMART-суспільство» ввів П.Друкер ще у 1954 р. перші літери якого означали: S - Self-Directed; M - Motivated; A - Adaptive; R - Resourceenriched; T - Technology. SMART-критерії, яким повинні відповідати цілі: 1) specific – конкретний (що необхідно досягнути); 2) measurable – вимірюваний (у чому буде вимірюватися результат); 3) attainable – досягнутий (за рахунок чого можливо досягнути цілі); 4) relevant – актуальний (визначення істинності цілі); 5) time-bounded - співвіднесення з конкретним строком (визначення часового проміжку, по закінченню якого ціль має бути досягнута). Правильна постановка цілей означає, що вони мають бути конкретними, вимірювальними, досягнутими, значущими і співвідноситися з конкретним строком, що й означають перші літери даного терміну. Слово «smart» у перекладі на українську означає розумний, тобто як такий, що сприяє розвитку розумних технологій і формуванню розумного суспільства [3]. Smart – це властивість системи чи процесу, яке проявляється у взаємодії з оточуючим середовищем і наділяє систему здатністю до реагування на зміни у зовнішньому середовищі: 1) адаптації до умов, що трансформуються; 2) самостійному розвитку і самоконтролю; 3) ефективному досягненню

результату. Ключовим у властивості «смарт» є здатність взаємодіяти з оточуючим середовищем. Не випадково передові країни вже давно сформували концепції (парадигми, теорії) розвитку смарт-суспільства, а саме – розумного суспільства, розумного уряду, розумної освіти, розумного міста, що пов'язано з формуванням «економіки знань». Smart - це властивість об'єкта, що характеризує інтеграцію у даному об'єкті елементів, раніше не поєднаних, які здійснюються за допомогою використання Інтернет. Наприклад: Smart-TV, Smart-Home, Smart-Phone Smart-технології, що в цілому приведе до розширення трудової мобільності: в освіті, на державній службі і в багатьох інших сферах зайнятості. В основі Smart-суспільства лежить розвиток «суспільства знань», цифрових технологій, цифрового суспільства, всього того, що зветься «цифровою епоєю» розвитку цивілізації. Smart-суспільство побудоване таким чином, що «розумна» робота, яка утворена «розумним» життям, державою і бізнесом, базується на «розумній» інфраструктурі і «розумних» громадянах, які відіграють центральну роль у створенні smart-культури. Зарубіжні вчені вважають, що розвиток таких галузей, як Smart-транспорт, Smart-охорона здоров'я, Smart-енергетика, Smart-суспільство приведе до появи Smart-світу, детермінованого цифровими технологіями. Останнім часом стали виникати світові тренди у розвитку Smart: Smart-міста; Smart-країни; Smart-мобільності; Smart-екології; Smart-освіта; Smart-життя. Сучасна концепція смарт-уряду (Smart Government) базується на найновішій платформі «Smart Networks». Платформа Smart networks («розумних мереж») передбачає використання комунікаційних мереж для управління системами різної природи. Розумна мережа виражається через три складових розвитку Інтернет: 1) міжмашинна взаємодія (M2M), тобто технології, що дозволяють машинам обмінюватися інформацією між собою або ж передавати її одностороннім порядком; 2) хмарові обчислювання (CC); 3) аналіз великих даних (Big Data). Smart-економіка – це економіка, що базується на комплексній модернізації та інноваційному розвитку всіх секторів на основі технологій нового покоління, що забезпечують високу додаткову вартість, енергоефективність, формування якісного оточуючого середовища і соціальну стабільність. Smart-економіка базується на високих, у тому числі енергозберігаючих технологіях та екологічній інфраструктурі. У «мережевій» економіці формується нова якість послуг: їх генерують самі користувачі, громадяни смарт-суспільства, що взаємодіють з органами державного управління та приватним бізнесом не по вертикальним, а по горизонтальним зв'язкам [4]. При цьому передбачається «fifth level service» така ситуація, коли сама послуга «знаходить» клієнта, а не навпаки. Застосування ІКТ дозволяє підприємствам добиватися значних економічних успіхів за рахунок швидкої адаптації до плинного бізнес-середовища, використання віддалених офісів, безперервної комунікації з споживачами і партнерами. Смарт-суспільство кооперується в загальнонаціональну мережу, трудова діяльність в якому організується на основі колективного інтелекту, що породжує «смарт-роботу». У результаті зміни потреб інформаційного суспільства з'являються нові вимоги до трудових ресурсів, в контексті якого витребуваним є оволодіння колективною

мережевою компетенцією.

Таблиця 2.1 – Порівняльний аналіз інформаційного суспільства і smart-суспільства

Показники	Характеристика інформаційного суспільства	Характеристика smart-суспільства
Ресурси і технології	Знання та інформація	Загальнонаціональна мережа, кооперація, smart-технології (у тому числі хмарні і біотехнології)
Характер та організація трудової діяльності	Інтенсивна робота, що базується на знаннях	Smart-робота, колективний інтелект
Основні вимоги до трудових ресурсів	Володіння компетенціями освіти	Володіння колективною мережевою компетенцією
Управління людськими ресурсами (HRM)	Компетентне знання	Креативне знання, на основі співпраці і партнерства
Ключові цінності	Знання, відкритість	Гнучкість, креативність, орієнтація на людину, «суспільство мрії»
Інформаційна безпека	Використання окремих програмних продуктів, технічних засобів	Smart-система інформаційної безпеки

Тому, на нашу думку, корисним буде надати порівняльний аналіз інформаційного суспільства і smart-суспільства, щоб їх розрізнити та надати характерні показники та властивості в контексті порівняльного аналізу.

Таким чином, smart-суспільство кооперується н в загальнонаціональну мережу, трудова діяльність зорганізується на основі колективного інтелекту, виникає поняття «smart-робота». У якості ключової цінності виникає поняття «суспільство мрії» як високодуховне, що реалізує принципи соціальної відповідальності і справедливості. У результаті зміни потреб суспільства з'являються нові вимоги до трудових ресурсів, витребуваним є володіння колективною мережевою компетенцією. Smart-суспільство включає в себе «розумні технології», освіту, управління містом, все те, що пов'язане з Інтернетом, нової ролі інформаційних технологій, що виступають у якості єдиної інфраструктури нового суспільства, яка пов'язує в єдину інтелектуальну мережу людей, що створюють середовище для розповсюдження знань, які сприяють ефективному smart-управлінню.

Smart-суспільство включає в себе «розумні технології», освіту, управління містом, електронне управління, все те, що пов'язане з Інтернетом, та сприяє підвищенню ефективності нової ролі інформаційних технологій, які виступають у якості єдиної інфраструктури нового суспільства. Технології Smart Home вже почали заповнювати світовий ринок. Такі передові країни, як Німеччина, Австрія, Іспанія, Великобританія, США чи Франція, на особистому прикладі показали, що інтерес до цієї технології зростає, і під впливом інформаційних технологій сьогодні з'являються такі галузі, як електронна

комерція, електронна економіка, електронний маркетинг, електронне навчання і охорона здоров'я, навіть електронний туризм, що свідчить про еру смарт-суспільства (розумного, інтелектуального, технологічного), в якому розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій набуває масового характеру, коли Інтернет і мобільні вирішення отримують велику частку охоплення населенням, які поступово трансформують світ. Технології стають сприйнятливими для збирання інформації про реальний світ і перетворюють її на знання, сприйнятливі для практичного використання. У результаті за рахунок ІКТ змінюються бізнес-процеси, державне та організаційне управління, відбувається реформування менеджменту, що перетворює економічні, соціальні та управлінські процеси за рахунок оптимізації, автоматизації та забезпечення можливості для колективної роботи. Таким чином, як висновок зробимо, що Smart – суспільство – це нова якість суспільства, у якому сукупність використання нових технологій дозволить людям підвищити якість свого життя, а основна ідея проектно-орієнтованого бізнесу - як з ідеї зробити проект, а з нього – бізнес.

Література

1. Воронкова В. Г. Формування інформаційної культури особистості як умова успішної адаптації людини до життя в інформаційному суспільстві [Текст] / В. Г.Воронкова // Гілея: науковий вісник: зб. наук. праць. – К.: Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2014. – Вип. № 86 (7). – С.198-203.
2. Воронкова В. Г. Інтернет як глобальна тенденція розвитку інформаційного суспільства [Текст] / В. Г.Воронкова // Гілея: науковий вісник: зб. наук. праць. – К.: Вид-во УАН ТОВ “НВП” “ВІР”, 2015. – Вип. № 93(2). – С. 174-179.
3. Гринберг, А. С. Информационный менеджмент: учеб. пособие / Гринберг, А. С., Король, И. А.. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
4. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні: зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова; за заг. ред. Д. В. Дубова. – К.: НІСД, 2011. – 96 с. Електронна версія: <http://www.niss.gov.ua>. - Дата доступу: сер. 2016. – Назва з екрана
5. Мельник В. В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку [Текст] / В.В.Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – Вип.49. - С.122-134.
6. Соснін О. В. Проблеми державного управління системою національних інформаційних ресурсів з наукового потенціалу України: [монографія] [Текст] / О. В. Соснін. – К.: Інститут держави і права ім. В.М.Корецького НАН України. – 2003. – 572 с.
7. Савченко С. В. Філософія глобального інформаційного суспільства як цивілізаційна парадигма розвитку сучасного суспільства [Текст] / С. В. Савченко // Гілея: науковий вісник: [зб. наук. пр.] – К.: Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2014. – Вип. 90. – С. 194-198.
8. Пунченко О. П. Цивилизационное измерение истории человечества:

[монография] [Текст] / О. П. Пунченко. – Одесса :Астропринт, 2013. – 448с.

9. Пунченко О. П. Фреймы для репрезентации современного этапа цивилизационного развития [Текст] / О. П.Пунченко // *Философия и социальные науки: Научный журнал.* – Минск: Белорусский государственный университет. – 2014. – №2. – С.26-30.

10. Смирнов С. В Москве прошел Международный образовательный форум «Мир на пути к Smart-обществу». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsci.ru/rt/news/233007.php>

18. Тихомирова Н. В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smartmesi.blogspot.com/2012/03/smart-smart.html>

19. Левин М. Как технологии изменят образование: пять главных трендов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/tehnobudushchee/82871-kak-tehnologii-izmenyat-obrazovanie-pyat-glavnyh-trendov>