

На цьому етапі з'являється можливість регулювання темпу виконуваних дій, складається ритм рухів.

В випадку тривалої перерви в діяльності може статися деавтоматизація навичок, а потім після додаткового тренування, їх поновлення.

Важливою умовою формування навичок є багаторазове повторювання у варіантних умовах, які потребують різних прийомів виконання.

Для створення умінь необхідні планові вправи, що ґрунтовані на послідовній варіації і ускладненні умов діяльності. Це необхідно для свідомого врахування впливу цих факторів, придбання чуттєвого досвіду, який необхідний для успішного використання знань і навичок при рішенні нових завдань.

Висновки. Таким чином, варіантність умов навчання являється необхідним фактором формування, гнучких умінь, які легко переносяться в нові умови.

Список література: 1. В.В. Шпалинський, Г.Т. Головченко. Психологія менеджмента. Х.: ІВНО «ХК», 1998. 2. Л.К. Аверченко, Г.М. Залесов и др. Психологія управління. Курс лекцій. М.: ІНФРА – М.: 2002. 3. А.В. Карпов. Психологія менеджмента. Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2003. 4. Л.Е. Орбан – Лембрик. Психологія управління. Посібник, К.: Академвидав, 2003. 5. Психологія менеджмента / под ред. проф. Г.С. Никифорова. – Х.: Гуманитарний центр, 2002.

Подано до редакції 08.05.2009

УДК 330.322.3: 334.716

О.Ю. ЛІНЬКОВА, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано сучасні умови господарювання промислових підприємств. Виділено елементи корпоративної культури промислового підприємства. Запропоновано механізм управління інформаційною культурою на підприємстві. Визначені функції менеджера щодо створення та управління інформаційною культурою підприємства.

Modern conditions of the management of enterprises have been analyzed. The elements of corporative culture of enterprises have been marked out. The management mechanism of informed culture at an enterprise has been suggested. Manager's duties of creation and management of informed culture at the enterprise have been determined.

Ключеві слова. Інформаційна культура, інформаційна економіка.

Вступ. Об'єднання телекомунікаційних мереж та комп'ютерних систем становить основу нової інфраструктури планети – інфосфери (надає перевагу іншому способу мислення, новій етиці й культурному розумінню).

Становлення інфосфери вперше зіштовхує людей із феноменом надбіологічних змін в особистості людини. Комп'ютер, інформаційна техніка й технологія відкривають нові виміри свідомості. Комунікація невід'ємна від інформаційних технологій пов'язує ці виміри в єдине ціле, породжуючи впорядковану систему нової культури. При цьому головним джерелом доданої вартості в умовах постіндустріальної економіки стає праця менеджерів.

Дослідженням і аналізом питання інформаційної культури займається багато вітчизняних та закордонних вчених: Белл Д., Девис К., Манхейм К., Ньюстром Дж.В., Храмова В.Л., Чухно А.Л. Д.Белл проаналізував культурну складову протиріч сучасного західного суспільства (несумісність протестантських у своїй основі духовних цінностей, що забезпечили йому можливість утвердження капіталізму в європейському й планетарному масштабі, і цінностей масової культури суспільства споживання, що нав'язуються рекламою засобів масової інформації. Споживно-гедоністичне ставлення до життя суперечить аскетично-трудоваму духу раннього і класичного капіталізму, блокує самовідтворення його ідейно-ціннісно-мотиваційних засад, а відтак і всього, що базується на них, західного соціокультурного типу) [1]. Манхейм К. систематизував особливості інформаційної економіки [2]. Девис К. та Ньюстром Дж.В. вивчають особливості організаційної поведінки в сучасних умовах [3]. Храмова В.Л. проаналізувала інформаційну складову окремих сфер сучасного світового розвитку [4]. Чухно А.Л. дослідив тенденції розвитку України через призму інформатизації економіки [5]. Але недостатньо розкритим залишається питання управління інформаційною культурою на підприємстві. **Постановка задачі.** Метою статті є аналіз сучасних умов господарювання та розробка заходів щодо їх удосконалення на основі управління інформаційною культурою на підприємстві. Завдання статі – розробка механізму управління інформаційною культурою.

Методологія. Сучасні умови підприємницької діяльності характеризуються: складністю – обсяги, необхідних для виробництва наукових знань є такими, що перевищують критичний для психофізіологічного сприйняття рівень (обсяги інформації, якою володіє цивілізація, подвоюються кожні п'ять років); у створенні товарів, провідна роль належить інтелектуальній компоненті; динамізм розвитку економіки є таким, що знання

постійно застарівають, а час за який фахівець своєю роботою може виправдати витрачені на освіту кошти, зменшується; головні фактори економічного зростання – інтелектуальний капітал та інноваційна праця. При цьому в сучасному суспільстві відбуваються зміни в людині та в її праці. Технологічна революція, збагачуючи інформацію, підносить людину, її роль у розвитку економіки. Новий технологічний спосіб виробництва перетворив характер праці у творчу, забезпечив високий рівень життя, поряд з матеріальними потребами та інтересами пануючими стали нематеріальні. Людина виступає не просто як суб'єкт праці, а як носій унікальних здібностей. Людина: перетворюється у вільну особистість, якій властивий творчий характер праці; звільняється від повсякчасної турботи про матеріальне забезпечення, а розвиток власних здібностей кожної особи стає вищою метою суспільства. Тобто, відбувається розвиток нематеріального виробництва на основі нематеріальної мотивації. Одночасно у розвитку суспільства наростають процеси індивідуалізації життя і праці, культурної різноманітності. Вирішальне місце у виробництві займає проблема розвитку людини, як головної продуктивної сили суспільства, застосування новітніх досягнень науки до розвитку техніки й технології, до управління виробництвом на всіх рівнях, до підготовки кадрів, до умов функціонування персоналу, створення максимально сприятливих умов розвитку людини. Розвиток людини – це формування потреб і якостей працівника, готовність до участі в керуванні виробництвом на всіх рівнях управління, активність людини, нові форми економічної, правової й моральної відповідальності людини, удосконалення системи матеріальних й моральних стимулів трудової активності, проблема загального підйому культури й розвитку особистості.

Отже, особливості інформаційної економіки: зміна середовища діяльності людини; інтелектуалізація праці; посилення впливу творчості; зростання ступеню взаємодії людей; посилення індивідуального потенціалу працюючих; інформація стає сировиною виробництва; всеохоплюючі ефекти інформаційних технологій; можливості гнучкої модифікації виробничих систем. Доведено експериментально, що людина народжується людиною, а особистістю стає у процесі соціальної взаємодії. Одним з найголовніших інститутів соціалізації є підприємство, де індивід набуває нових знань, досвіду життєдіяльності й спілкування, навчається творчо їх застосовувати у різних

життєвих ситуаціях, долучається до культури. Збільшення коштів, що виділяють компанії на устаткування для збору, обробки, аналізу і поширення інформації, свідчить про збільшення віддачі від цих вкладень, при цьому зростає роль знання і інформаційних активів. Більш 50 % витрат розвинутих компаній – це витрати на ділову інформацію, науково-дослідні та конструкторські розробки, маркетинг, менеджмент, збір та обробку даних, програмне забезпечення, бази даних, канали розповсюдження, сегментацію ринку, консалтинг, інжиніринг, юридичні, фінансові послуги. Інформаційний тип виробництва передбачає інноваційний прибуток (випуск нового виду товару або надання нових властивостей старому товару реалізується за старою ціною). Життєвий цикл такого прибутку визначається періодом доки інновація не буде помножуватися через інформаційні канали.

Культура – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, які відображають активну творчу діяльність людей у освоєнні світу в ході історичного розвитку людського суспільства. Культура – це спосіб мислення, вона привласнюється як образно, так і знаково-символічно. Ця властивість виступає засобом образно-знакової подачі інформації, її трансформації у власний план і простір особистісного становлення. Людина – представник певної культури і культур світу, регіону, народу, родини. Вона не є сумою культур, а їх інтегралом. Внутрішній та зовнішній культурні простори є діалогічними. Внутрішній план свідомості як простір становлення створюється на основі образного та знаково-символічного: загальнокультурна архетипіка людства, яка віддзеркалена у позасвідомості людини у вигляді символів, архетипічних мотивів; етнокультурний шар свідомості особистості, де панують образи, символи етнічної, родинної та власної культурної історії духовного розвитку; раціональність свідомості, яка оформлюється засобами знакових систем (мовою). Розвиток духовної культури особистості відбувається в діалогічному просторі людини зі своїм внутрішнім світом і світом людей.

Інформаційна культура – це здатність ефективно використовувати інформаційні ресурси, засоби інформаційних комунікацій, досягнення в галузі розвитку засобів інформатизації. При цьому інформаційна культура особистості складається з інформаційного світогляду і системи знань і умінь, яка забезпечує цілеспрямовану самостійну діяльність щодо оптимального задоволення індивідуальних інформаційних потреб з використанням

інформаційних технологій. Суспільство існує при визначеній гармонії цінностей, що превалюють у ньому. Важлива роль у формуванні норм поведінки у суспільстві належить саме підприємствам бізнесу. Завданням менеджерів є: формування інформаційної культури, інноваційної активності особистості, орієнтованої на одержання нового знання, продукування новітніх технологій, їх впровадження у практику.

Для його реалізації запропоновано механізм управління інформаційної культурою на підприємстві, який складається з: нормування роботи з інформацією (складення балансу інформаційних потреб та інформаційних технологій із зазначенням виконавців); інформаційна підготовка персоналу (розробка заходів підвищення інформаційної кваліфікації персоналу); контролю інформаційної складової діяльності (впровадження критеріїв оцінки та відповідальних осіб за реалізацію механізму управління інформаційною культурою підприємства). Реалізація механізму потребує від менеджерів: лідерських якостей, високої кваліфікації, здатності до постійного навчання, вміння управляти інформаційною культурою та високих моральних цінностей.

При цьому функціями менеджера щодо створення та управління інформаційною культурою на підприємстві є: зовнішній та внутрішній аналіз інформаційної системи; прогнозування діяльності підприємства з урахуванням тенденцій розвитку інформаційного ринку; перепроєктування діяльності на основі плану впровадження сучасних інформаційних технологій; позитивна мотивація персоналу на основі людиноцентричної концепції (сприяння особистісному розвитку персоналу); впровадження заходів щодо контролю інформаційної дисципліни. Основними методами щодо стимуляції творчості у діяльності промислового підприємства є: розширення знань працівників і підвищення їх психологічної культури; формування критичного ставлення до інформації; надання можливості консультацій при виникненні проблем; організація спеціального стимулювання (тренінги); використання мотивації (надання різноманітної цікавої роботи); розвиток духовної культури; формування у персоналу вміння переводити увагу; створення сприятливого клімату в колективі. Здатність генерувати нові технології та вміння ефективно їх застосовувати дають конкурентні переваги суб'єктам господарювання. Працююча людина є носієм прогресивних суспільних відносин, але для того, щоб праця стала першою життєвою потребою менеджерам необхідно:

забезпечити її цілеспрямованість, дієздатність людини щодо мобілізації свого творчого потенціалу, усвідомлену необхідність застосовувати свої здатності з найбільшою користю для суспільства. Отже, впровадження механізму управління інформаційною культурою сприяє підвищенню ефективності використання інформаційних технологій і позитивному соціально-психологічному клімату в колективі.

Результати дослідження. Аналіз сучасних особливостей господарювання довів необхідність управління інформаційною культурою на промисловому підприємстві. Запропонований механізм управління інформаційної культурою складається з: нормування роботи з інформацією на підприємстві; розвитку здібностей персоналу щодо володіння інформаційними технологіями; контролю інформаційної складової діяльності. Інформаційна культура на підприємстві є основою стабільності економіки держави та суспільства в цілому.

Висновки. Розвиток промислових підприємств в умовах постіндустріального суспільства визначається здатністю менеджерів ефективно налагодити систему задоволення інформаційних потреб. Основні принципи суспільної взаємодії, які дозволять гармонійно поєднати виробничо-індустріальну, соціокультурну і природну сфери життя сучасного суспільства є: поваги до особистості, пріоритності розвитку інтелектуальних та культурних якостей особистості; формування активної суспільної позиції особистості в державі.

Головний напрям для проведення подальших досліджень щодо інформаційної культури – це підвищення ефективності використання інформаційних технологій.

Перелік літератури: 1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М. : 1999. – 483 с. 2. Манхейм К. Диагноз нашего времени : Пер. с нем. и англ. – М. : Юрист, 1994. – 700 с. 3. Ньустром Дж. В., Девис К. Организационное поведение : Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000. – 448 с. 4. Храмова В.Л. Целостность духовной культуры. – К. : Феникс, 1995. – 241 с. 5. Чухно А.Л. Постіндустріальна економіка : теорія, практика та їх значення для України. – К. : Логос, 2003. – 456 с.

Подано до редакції 12.05.2009