

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



Інформаційна культура в сучасному світі: матеріали наукового семінару

Випуск 1



Київ-2012



ВПК «ПОЛІТЕХНІКА»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ СВІТІ:
МАТЕРІАЛИ НАУКОВОГО СЕМІНАРУ

ВИПУСК 1

Київ
НТУУ «КПІ»
2012

За редакцією:
С. О. Гуткевич, проф.,
Л. М. Ганущак-Єфіменко, канд. екон. наук, доц.

I-74 Інформаційна культура в сучасному світі [Текст] : матеріали наук. семінару / за ред. С. О. Гуткевич, Л. М. Ганущак-Єфіменко. – К.: НТУУ «КПІ», 2012. – Вип. 1. – 64 с. – 35 пр.

Окреслено основні тенденції в динаміці формування інформаційної культури, що пов'язані з фундаментальністю і багатоаспектністю її розгляду не лише як феномена, визначеного умовами науково-технічного прогресу, електронними засобами переробки, зберігання і передачі соціальної інформації, а насамперед як діяльності інфраструктури, що стосується усіх епох і цивілізацій, всіх сфер людської діяльності та всіх шаблів розвитку людини як соціальної істоти.

Для всіх, хто цікавиться інформацією, її роллю та значенням у сучасному світі.

Підп. до друку 19.12.2012. Формат 60×84¹/₁₆. Папір офс. Гарнітура Times.
Спосіб друку – ризографія. Ум. друк. арк. 3,72. Обл.-вид. арк. 6,18. Наклад 35 пр. Зам № 12-294.

НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка»
Свідоцтво ДК № 1665 від 28.01.2004 р.
03056, Київ, вул. Політехнічна, 14, корп. 15
тел. (044) 406-81-78

РОЗДІЛ I. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

- 1) Аніщенко В.О., к.т.н., доц., ЄУ
ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ПЕДАГОГА ЯК ОДИН ІЗ ГОЛОВНИХ КОМПОНЕНТІВ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ
- 2) Акаймова А.В., к.і.н., доц., УАБП
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
- 3) Габа М.І., здобувач, НУХТ
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ
- 4) Дичковський С., к.п.н., доц, НУХТ
СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ УКРАЇНИ
- 5) Дунда С.П., к.е.н., НУХТ
МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
- 6) Занозовська О.Г., здобувач, НУХТ
ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
- 7) Зуб К.С., студентка ЕіМ 1-4
СТУПЕНЕВА ОСВІТА В УКРАЇНІ
- 8) Іванова З.О., аспірант, НАУ
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ
- 9) Кетрушка Н.І., магістрант, МФУ
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК НАПРЯМ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
- 10) Кушенко В.В., Ховренко І.Ю., студенти Е і М 1-4
ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ
- 11) Малишев О.О., студент ЕіМ 1-4
ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ БОЛОНСЬКОЇ СИСТЕМИ
- 12) Пашок Т.П., здобувач, НУХТ
ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА НА РИНКУ ПРАЦІ
- 13) Побережна М.П., асистент, НУХТ
ВНУТРІШНІЙ САЙТ ТА МЕРЕЖА ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСОБИ ВНУТРІШНЬОГО PR ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ II. ОРГАНІЗАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ЕКОНОМІЦІ

- 14) Андросюк Л.А., аспірантка, НТУУ «КПІ»
ВПЛИВ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ
- 15) Галич Т.О., магістрант, МФУ
ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ІМПОРТУВАННЯ
- 16) Ганущак-Єфіменко Л.М., к.е.н., доц., НУХТ
ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ
- 17) Гужва І.Ю.,
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УМОВ МІЖНАРОДНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ
- 18) Говоруха Ж., к.е.н., НУХТ
ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ
- 19) Князевич А.О., к.е.н., доц., Рівненський державний гуманітарний університет
ЦІННОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

- 20) Коберник І.В., аспірант, НАУ
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В ІНТЕГРОВАНІХ БІЗНЕС СТРУКТУРАХ
- 21) Серкутан Т.В., к.е.н., доц. НАУ
Серкутан О.С., аспірант, НАУ
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ У
МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

РОЗДІЛ ІІІ. СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ НОБЕЛІВСЬКОЇ ПРЕМІЇ

- 22) Андросюк Л.А., аспірантка, НТУУ «КПІ»
Погребна М.Г., студентка І курсу ЕІМ 1-4
ІННОБЕЛІВСЬКА ПРЕМІЯ: БЕЗГЛУЗДІ ВІДКРИТТЯ З СЕРІОЗНИМИ
ОБЛИЧЧЯМИ
- 23) Бріжак А.В., студентка ЕІМ 1-4
НОБЕЛІВСЬКА ПРЕМІЯ Є ОДНІЄЮ З НАЙПРЕСТИЖНІШИХ ПРЕМІЙ СВІТУ
- 24) Веклич В.О., асистент, НУХТ
ЗНАЧЕННЯ НОБЕЛІВСЬКОЇ ПРЕМІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
СВІТОВОЇ НАУКОВОЇ ДУМКИ, А ТАКОЖ СТИМУЛЮВАННЯ НОВИХ
НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
- 25) Гончарук Т.О., Кривущенко Р.А., студенти ЕІМ 1-4
НОБЕЛІВСЬКА ПРЕМІЯ ЯК ОДНА З НАЙБІЛЬШ ПРЕСТИЖНИХ ПРЕМІЙ
СВІТУ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ
- 26) Кравченко О.О., Денисенко О.В., студенти ЕІМ 1-4
ВИДАТНІ НАУКОВЦІ СВІТУ - ЛАУРЕАТИ НОБЕЛІВСЬКОЇ ПРЕМІЇ
- 27) Пулій О.В., Шижута Ю.М., студентки ЕІМ 1-4
ПРЕМІЇ ІМ. А. НОБЕЛЯ В ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ

«Все надоделать просто, но не проше»

А. Эйнштейн

Інформаційна культура підкреслює зв'язок інформаційного світу з духовною культурою особистості, цілісність єдиного розуміння культури, окремі аспекти якої привертають увагу дослідників у різні періоди розвитку людського суспільства.

Основна тенденція в динаміці формування інформаційної культури пов'язана з фундаментальністю і багатоаспектністю її розгляду не тільки як феномена, визначеного умовами науково-технічного прогресу, електронними засобами переробки, зберігання і передачі соціальної інформації, а перш за все як діяльній інфраструктури, що пронизує усі епохи і цивілізації, всі сфери людської діяльності і всі шаблі розвитку людини як соціальної істоти.

«Інформаційна культура в сучасному світі» - науковий семінар кафедри _____, в рамках якого відбулося засідання круглого столу: «Нобелівська премія — одна з найбільш престижних премій світу».

Під час засідання круглого столу виступили викладачі кафедри міжнародної економіки, аспіранти та студенти. За результатами підготовлено перший випуск збірника матеріалів по трьом напрямам:

- інформаційне забезпечення;
- організаційні системи в економіці;
- сутність та значення Нобелівської премії.

Збірник буде цікавий всім хто цікавиться інформацією, її роллю та значенням в сучасному світі

будівництво, фінансове посередництво, злавання під нафм, видобування вугілля та нафти, виробництво кокспродуктів, теплопостачання, водопостачання, готелі та ресторани, пошта і зв'язок, операції з нерухомістю та надання послуг юридичним особам тощо.

Проте наряду із покращенням доступу до світових ринків товарів та послуг передбачається симетрична або асиметрична лібералізація торговельного режиму України по відношенню до окремих країн. У зв'язку з цим прогнозується загострення конкуренції на внутрішньому ринку товарів та послуг, що потенційно може негативно відобразитися на розвитку окремих підгалузей (промислова продукція: машини і механічні пристрої, наземні транспортні засоби та запчастини, електричне обладнання і устаткування, товари легкої промисловості, будівельні матеріали; серед сільськогосподарської продукції до категорії підвищеної чутливості відносяться переважно товари з високим ступенем обробки та переробки).

З метою уникнення збільшення обсягів експорту товарів з високим рівнем обробки та переробки делегацією України твердо відстоюється позиція щодо збереження експортних мит в рамках Угод.

Крім того, лібералізація двосторонньої торгівлі передбачає також створення сприятливих умов для залучення прямих іноземних інвестицій. З огляду на обмежені можливості внутрішньої підтримки національного товаровиробника та з метою компенсації потенційних ризиків у результаті лібералізації торгівлі з окремими країнами світу, зазвичай переговори щодо укладення Угод супроводжуються додатковими інвестиційними угодами та проектами технічної допомоги.

Кияненко А.О.,

к.е.н., доц.,

Рівненський державний гуманітарний університет

ЦІННОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто комплекс базових цінностей, що домінують в суспільній системі на різних рівнях організаційної культури.

Ключові слова: управління, організаційна культура, цінності організаційної культури, моральне та матеріальне стимулювання.

У процесі реалізації основних завдань підприємства важливе значення має формування діючих механізмів організаційної культури. Від її прогресивності, чіткого спрямування на зосередження підприємницької діяльності та створення сприятливого виробничого клімату в значній мірі залежать темпи економічного росту держави.

Організаційна культура являє собою комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та спрямовані на вирішення певних проблем або досягнення визначених цілей.

Цінностями організаційної культури є основні філософські ідеї і положення, що прийняті на підприємстві та становлять основу організаційної культури. Вони не просто відповідають на питання як повинні діяти суб'єкти тієї чи іншої системи, але визначають, чого конкретно прагне досягти ця система [1, с. 8]. Цінності, як правило, утворюються на неформальній основі та поширюються через усне спілкування у формі історій, міфів, легенд і метафор. Процес формування цінностей відбувається на кожному підприємстві індивідуально. До цінностей організаційної культури на підприємствах, фірмах та інших організаціях відносяться [2, с. 56-60]: кінцева мета; стабільність партнерства і співпраці; економічна ефективність; кадрова політика; соціальні заходи; організація праці і дисципліна; знання історії організації.

Значення культури для підприємства розкривається багатьма характеристиками зовнішнього та внутрішнього середовища. На внутрішньому рівні організаційна культура підприємства проявляється у підвищенні продуктивності праці, збільшенні якості продукції, людського капіталу, змінненні організаційної структури. На зовнішньому рівні – у покращенні стосунків зі споживачами, поєднання інтересів підприємства та суспільства, зростання гнучкості господарських зв'язків і підвищенні стійкості підприємства. У процесі аналізу «наддосягнень» 62 американських фірм Томас Дж. Пітерс і Роберт Х. Уотермен дійшли такого висновку [3]:

— серед високоприбуткових фірм 88% мали спеціалізовані відділення, які відповідали безпосередньо за впровадження моральних цінностей;

— 65% фірм мали програми поєднання цих цінностей із заходами для підвищення рентабельності;

— 58% фірм розробили спеціальні програми культурної роботи серед персоналу.

У вітчизняних наукових та ділових колах немає, поки що, повномасштабних досліджень, які б формували єдину думку стосовно визначення та впливу організаційної культури на життєдіяльність підприємства. Але практикою вітчизняного управління вже здобутий певний досвід у впровадженні організаційної культури на підприємствах. Роботи соціологів свідчать про те, що [2]:

— 55% сучасних українських керівників вважають, що, в ідеалі, організаційна культура має бути на підприємстві;

— 40% – намагаються сформувати організаційну культуру за допомогою західних технологій;

— 35% визнають потребу в організаційній культурі, але в них не вистачає ні часу, ні ресурсів;

— 25% – взагалі вважають її непотрібною.

Українські підприємці найчастіше не мають знань і навичок з усвідомлення та цілеспрямованого формування своєї культури. Залежність усвідомлено і неусвідомлено сформованих культур на підприємствах СНД незадовільна: 20% підприємств усвідомлено формують культуру і 80% – практично неусвідомлено.

Таким чином, світовий досвід переконав, що впровадження базових цінностей культури організації створює атмосферу єдності цілей кожного учасника процесу управління. Для формування організаційної культури необхідно вирішити дві основні проблеми: зовнішньої адаптації організації, тобто розробити місію і стратегії та проблему внутрішньої інтеграції, що включає втілення системи етичних взаємин, розробку системи внутрішнього контролю і мотивації, спрямованих на підтримку стратегії розвитку організації.

ЛІТЕРАТУРА

- 1) Броніцький О. М. Організаційна культура як інструмент підвищення ефективності функціонування ринкової системи: автореф. дис. ... канд. екон. наук, 08.06.01 / О. М. Броніцький. – Харків, 2005. – 25 с.
- 2) Палеха Ю. І. Ключі до успіху, або організаційна та управлінська культура: навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – 2-ге вид. доп. – К.: Виц-во Європ. ун-ту, 2002. – 337 с.
- 3) Шувалова Л. М. Формування організаційної культури на підприємстві / Л. М. Шувалова // 36. наук. пр. «Вісник Національного університету водного господарства та природокористування». – Економіка. – Вип. 3 (43). – Рівне НУВГП, 2008. – с. 244–249.