

that brings together private carriers, state representatives and consumers. This model allows participants to combine services for passengers, make the market controlled and target it to address not only economic but also social problems, improve efficiency of existing rolling stock and to create conditions for investment in the acquisition of new technology.

The results of the article can be used by carriers and local authorities to develop urban passenger transport.

Forecast assumptions about the object of study – improving mechanisms existing legal framework for the regulation of joint activities of the state and the private sector.

KEY WORDS: ASSOCIATION, TRIPARTITE MANAGEMENT STRUCTURE, PARTNERSHIP, REPRESENTATION INTERESTS.

РЕФЕРАТ

Мороз Е.В. Формирование трехсторонней структуры управления городским пассажирским автотранспортом / Елена Васильевна Мороз // Управление проектами, системный анализ и логистика. – К. : НТУ – 2012. – Вып. 10.

В статье определены основы формирования структуры трехстороннего партнерства, путем создания ассоциации управления транспортом, которая представляет собой региональный орган управления, объединяющий частных перевозчиков, представителей государства и потребителей.

Объект исследования – процесс управления городским пассажирским автотранспортом.

Цель работы – определение основ формирования структуры трехстороннего партнерства путем создания ассоциации управления транспортом для эффективного и рационального управления процессом перевозок и учета интересов всех участников процесса автотранспортных перевозок.

Метод исследования – логического моделирования, графический.

Для достижения положительных результатов при организации городского пассажирского транспорта предлагается создание трехсторонней структуры управления городским пассажирским автотранспортом посредством ассоциации, которая будет базироваться на принципах эффективного и рационального управления процессом перевозок и учета интересов всех его участников. Ассоциация управления транспортом является региональным органом управления, которая объединяет частных перевозчиков, представителей государства и потребителей. Такая модель позволяет объединить участников предоставления услуг по перевозке пассажиров, сделать рынок управляемым и нацелить его на решение не только хозяйственных, но и социальных проблем, повысить эффективность использования существующего подвижного состава и создать условия для инвестирования в приобретении новой техники.

Результаты статьи могут быть использованы транспортными организациями и городскими властями с целью развития городского пассажирского транспорта.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – усовершенствование механизмов существующей нормативно-правовой базы по регулированию совместной деятельности государства и частного сектора.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: АССОЦИАЦИЯ, ТРЕХСТОРОННЯЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ, ПАРТНЕРСТВО, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ.

УДК 351.84:35.08

ІНФОРМАЦІЯ ЯК КОМУНІКАЦІЯ ТА МОТИВАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Наумова Н.М., кандидат технічних наук

Наумов В.О., кандидат філософських наук

Постановка проблеми. Найближчим часом людство покликане вирішити на глобальному рівні низку актуальних питань, висунутих часом. І можливості сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в цьому процесі розглядаються в якості найбільш ефективного та дієвого інструменту.

Прискорене й ефективне формування сучасного суспільства можливе лише шляхом створення та прогресивного функціонування ринку інформаційних продуктів і послуг як основи отримання, опрацювання та обміну інформаційними ресурсами.

IT компанії постійно розробляють і впроваджують нові ідеї, ведуть активну інтеграцію з зовнішнім світом. Одним з проєктів концепції Web 2.0 в Інтернет-середовищі є соціальні мережі.

Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється власне самими учасниками мережі, які діляться ним з друзями чи просто з іншими користувачами мережі. Сьогодні соціальна мережа - це цікавий сайт в Інтернеті, а в найближчому майбутньому вона планується стати стандартом життя.

Зараз основна роль, наприклад, соціальної мережі Facebook в суспільстві - це глобальна комунікація користувачів всього світу. А сторінки в Facebook є хорошим маркетинговим інструментом в «руках» різного виду та розміру бізнес-структур.

Соціальна мережа Foursquare – це мережа з функцією геопозиціонування. Сьогодні вона стає також важливим інструментом для бізнесу, особливо в сфері послуг.

Нова модель суспільства, що пов'язана з поняттям інформації, потребує сьогодні не лише нових якісних інформаційних продуктів та послуг, але і значного переосмислення наших уявлень сутності процесів розвитку людської цивілізації. Це дозволяє сприймати його не стільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів виробництва, скільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів комунікації.

Аналіз публікацій та постановка задачі. Сучасний високотехнологічний світ може здійснювати інноваційні реформи лише шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій, сучасних знань та інформації як найважливішого ресурсу життєдіяльності суспільства XXI століття в усіх сферах.

Аналіз літератури показує, що питаннями впровадження ІКТ, створенням мережевого співтовариства та використанням Internet-технологій в різних сферах займалися і займаються багато фахівців.

Серед них: Тім О'Рейлі, Дж. А. Барнес, Ярро Ойкаринен, Тім Бернерс-Лі, М. Цукерберг, М. Каган, Е. Сорокіна, Ю. Федотченко, К. Чабаненко, Д. Рісмен, М. Кастельс, Колисниченко Д. Н., Ф. Махлуп, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер, І.С. Мелюхін, Я. Штайншаден, А. Чураков, Е. Патаракин, В.М. Попов, Р.А. Маршавін, С.І. Ляпунов, Г.І. Рузайкін.

Фінансова глобалізація, поряд з інтенсивним розвитком інформаційних технологій та стрімким поширенням мережі Internet, в різних напрямках діяльності відкриває нові можливості.

Сьогодні більш поінформована людина - це не та, яка просто більше знає, а та, яка одночасно з цим, спроможна здійснювати найбільше число своєчасних необхідних ефективних комунікацій. Тільки інформація, як комунікація, а не, як знання або предмет, спроможна викликати нові дії.

Тому актуальним виглядає дослідження впливу ІКТ і соціальних мереж, зокрема, на життєво важливі сфери сучасного суспільства, масову свідомість, психологію та психіку людини, де інформації відводиться роль не стільки ресурсу, скільки мотивації діяльності.

Мета роботи полягає у дослідженні особливостей використання інформаційних технологій в економіці, бізнесі та фінансовій сфері і ролі в цьому процесі найбільш популярних соціальних мереж, їх впливовості на суспільство в цілому та кожну людину зокрема.

Основна частина. Однією з ключових тенденцій нашого часу є зростаюча роль інформаційно-комунікаційних технологій, освіти, знань та інформації в розвитку суспільства. Головним предметом обговорень сучасних науковців є питання, що несе з собою така інформаційна революція. Для одних вона означає становлення суспільства професіоналів, котре дійсно піклується про своїх членів, для інших — посилення контролю над громадянами.

Термін "інформаційне суспільство" вперше з'явився в Японії в 1966 році. Фахівці, які запропонували цей термін, пояснили, що він характеризує суспільство, в якому в достатку циркулює висока за якістю інформація і є всі необхідні засоби для її зберігання, розподілу та використання. Основним ресурсом розвитку в такому суспільстві є не територія чи промисловість, а інтелект та інформація.

Свого часу З. Бжезинський підкреслив такий аспект: «Постіндустріальне суспільство стає саме технотронним суспільством, котре в культурному, психологічному, соціальному та економічному аспектах формується під дією техніки та електроніки, особливо розвиненої в області комп'ютерів та комунікацій» [1]. Суспільство вступає в "технотронну еру", вважав він, коли соціальні процеси перетворюються на програмовані [2].

В той період в західній літературі вважалося, що основою формування інформаційного суспільства є розвиток обчислювальної та інформаційної техніки. Також називалася низка інших ознак: інформація набуває глобального характеру; на рух інформаційних потоків вже істотно не впливають державні кордони і різні бар'єри; спроби обмежити вільне поширення інформації завдає

шкоди країні, яка прагне внести такого роду обмеження; значно зросли можливості збору, обробки, зберігання, передачі інформації, доступу до неї; збільшується вплив інформації на розвиток різних сфер людської діяльності; поглиблюється процес децентралізації суспільства; відбувається перехід до нових форм зайнятості; йде процес формування нових трудових ресурсів за рахунок збільшення кількості зайнятих в інформаційній індустрії [3].

Базовими рисами інформаційного суспільства можна назвати такі:

1) визначальним чинником суспільного життя в цілому стає наукове знання - воно витісняє ручну та механізовану працю як фактор вартості товарів і послуг. Економічні та соціальні функції капіталу переходять до інформації;

2) рівень знань, а не власність, стає визначальним чинником соціальної диференціації. Поділ на "багатих" і "незаможних" набуває принципово нового характеру: привілейований шар утворюють інформовані, в ту пору як непоінформовані - це "нові бідні";

3) інфраструктурою інформаційного суспільства є нова "інтелектуальна", а не "механічна" техніка. Соціальна організація та інформаційні технології утворюють "симбіоз" [3].

Отже, замість ключового поняття «інформаційне суспільство» можна ввести нове - «мережеве суспільство», коли джерелом продуктивності стає «вплив знань на саме знання» [2].

Соціальна мережа, за визначенням Вікіпедії, – це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними [4]. Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється власне самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів.

Соціальні мережі стали активно розвиватися у другій половині 20 століття і згодом стали одним з важливіших проектів концепції Веб 2.0, яку, як поняття, вперше ввів Тім О'Рейлі у своїй статті «Tim O'Reilly – What Is Web 2.0» [5].

Перша, подібна до сучасної, мережа Classmates.com, створена Ренді Конрадом, з'явилася в 1995 році. Зараз у цій мережі зареєстровано більше 40 мільйонів людей, переважно з США та Канади. Концепція Classmates виявилася досить успішною і сьогодні вона вже розвивається не тільки в межах цієї мережі.

Дещо пізніше з'явилась мережа MySpace, яка була надзвичайно вдалою та стала поштовхом для швидкого зростання інших соціальних мереж та збільшення їх популярності серед користувачів.

У 2005 році тоді ще молодий студент Гарвардського університету Марк Цукерберг запустив найбільш масову та успішну соціальну мережу Facebook. Пізніше з'явилися такі світові мережі, як Bebo і LinkedIn та гіганти рунета Однокласники.ру, Vkontakte, Моймир і МойКруг.

Соціальні мережі можна класифікувати за такими особливостями:

- за типом: особисте спілкування (Classmates.com); ділове спілкування (LinkedIn); розваги (MySpace); відео (YouTube); аудіо (Last.fm); фото (Flickr); геолокація (Foursquare); покупки (Groupon); блогінг (Tumblr); питання-відповідь (Answers.com); дані (Delicious); віртуальні світи (Second Life).

- за доступністю: відкриті (Facebook), закриті (PlayboyU), змішані (VK).

- за регіоном: світ (hi5), країна (Qzone), територіальна одиниця, без регіону (InterNations).

Facebook - соціальна мережа, яка спочатку виконувала функцію спілкування між студентами Гарвардського університету, а зараз - найпопулярніша соціальна мережа в світі і найбільш відвідуваний сайт. Особливість соціальної мережі Facebook полягає в тому, що її контент створюють самі користувачі, самі ж вони його поширюють та коментують. І основна роль цієї соціальної мережі - глобальна комунікація користувачів всього світу. Одні і те саме повідомлення можуть коментувати люди з різних куточків планети, створюючи можливість необмеженої комунікації [6].

Фахівці в галузі світової економіки все більше відзначають тенденцію зсуву грошового потоку в сфері електронного бізнесу в мережу Internet. За декілька років, наприклад, торгівля в Internet стала одним з наймогутніших сегментів національних економік промислово-розвинутих країн, особливо США.

Світова економіка на сучасному рівні свого розвитку є результатом взаємодії багатьох чинників у розвитку нових форм бізнесу: тиску конкуренції, підвищення рівня ризиків, ускладнення всіх процесів і ланцюжків у бізнесі, що вимагає збільшення швидкості, прояву гнучкості, створення умов для прозорості трансакцій і підвищення продуктивності праці. Одним з провідних факторів у цих умовах є фактор інформатизації. М. Кастельс визначає економіку нового типу як інформаційну і глобальну. Економіка є інформаційною тому, що «продуктивність і конкурентоспроможність

факторів або агентів в цій економіці залежать "... від їхньої здатності генерувати, обробляти і використовувати інформацію, засновану на знаннях" [1]. У цьому визначенні проглядається розуміння М. Кастельса зв'язку між інформаційною економікою і економікою знання. Глобальною, з точки зору М. Кастельса, економіка є тому, що «основні види економічної діяльності, такі, як виробництво, споживання і циркуляція товарів і послуг, а також їх складові (капітал, праця, сировина, управління, інформація, технології, ринки) організуються в глобальному масштабі, безпосередньо або з використанням розгалуженої мережі, яка зв'язує економічних агентів» [1]. У визначенні, яке М. Кастельс дав глобальній економіці, очевидний зв'язок між глобальною та мережевою економікою.

Наразі сторінки в Facebook є хорошим маркетинговим інструментом в «руках» різного виду та розміру бізнес – структур [7]. До сторінки можна інтегрувати додатки, які мають на меті просування певного бренду чи товару. В групах клієнти компаній чи споживачі певного товару можуть писати свої відгуки, задавати питання компаніям, приймати участь в різних опитуваннях щодо товару, отримувати інформацію про новинки.

Соціальна мережа Twitter є мережею мікроблогів, що дозволяє користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), використовуючи SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти. Таким чином, основним інформаційним каналом в Twitter є короткі повідомлення з зображеннями.

Twitter має такі можливості [8]: повідомлення може читати одночасно велика кількість людей; користувачі мають можливість відправляти приватні повідомлення, які не будуть доступними для інших користувачів, та додавати до них фото або будь-які інші зображення тощо.

Електронна комерція – це дуже цікавий сегмент для соціальних мереж. У сучасній світовій економіці лідерами є компанії, що займаються електронним бізнесом, тобто інформатизацією, мережезацією і виробництвом засобів та інструментів інформатизації. До них відносяться всесвітньо відомі американські ТНК IBM (комп'ютери), Microsoft (програмне забезпечення), Intel (мікропроцесори), AT & T (телекомунікації), а також японська NT & T-Nippo Telegraph & Telephone (телекомунікації) та інші.

Основними сферами електронної комерції є [9]: торгівля, маркетинг, сприяння продажам; передпродажна робота, попередні домовленості, поставки; фінансування та страхування; комерційні операції (замовлення, отримання, оплата); адміністрування бізнесу (управління, дозволи, податки, митниця); логістика (транспорт, техніка перевезень і постачання) тощо.

В Twitter також представлені багато бізнес-структур, оскільки ця мережа - гарна можливість напряму комунікувати з своєю цільовою аудиторією і отримувати фідбек у вигляді відгуків та пропозицій щодо своїх послуг чи товарів.

Соціальна мережа Vkontakte.ru - російський аналог сервісу Facebook. Основними інформаційно - комунікаційними каналами Vkontakte схожий на Facebook [10].

Проблемою і перевагою одночасно соціальної мережі Vkontakte є те, що її популярність багато в чому підтримується за рахунок піратського контенту (музика, фільми, фото). Через це компанія, в першу чергу, має великі проблеми з правовласниками, а влада США внесла сайт в список найбільших розповсюджувачів піратського контенту у світі. По-друге, багато користувачів мережі заходять на сайт тільки для того, щоб послухати музику і подивитися фільми. Така ситуація підтверджується дослідженнями TNS Web Index Report [11], згідно з якими близько 30% популярності мережі припадає на відео. Це, безумовно, накладає негативний відбиток на соціальну мережу - люди перестають використовувати її за призначенням, а правовласники поступово видаляють свій контент.

Соціальна мережа Foursquare (скорочено: 4sq) – це мережа з функцією геопозиціонування, призначена в основному для роботи через мобільні пристрої. Даний сервіс доступний не лише власникам пристроїв, обладнаних GPS-навігацією, але і користувачам будь-яких мобільних телефонів. Якщо мобільний телефон не обладнаний GPS-навігацією, то місце розташування визначається з допомогою сервісу LBS. Користувачі відмічаються («check-in») в різних закладах з допомогою мобільної версії веб-сайту, SMS-повідомлення або ж спеціального додатку, розробленого під певну операційну систему (ОС) мобільного пристрою.

Сьогодні Foursquare стає важливим інструментом для бізнесу, особливо в сфері послуг. Ресторани влаштовують різні акції та конкурси. Наприклад, людина, яка найчастіше відвідує цей заклад і «чекіниться» там, отримує безкоштовний напій чи страву. Також це хороший спосіб отримати інформацію про заклад, адже люди, які відвідують його, залишають різного роду коментарі в Foursquare. Часто театри, кінотеатри викладають туди свої розклади та репертуари. Це важливо для

туристичної галузі, багато туристів отримують інформацію про незнайомі їм місця, заклади, номери таксі саме з описів в Foursquare.

Після своєї появи соціальні мережі розвивалися в основному кількісним шляхом. Сьогодні вони переходять в стадію більш якісного розвитку, і у найближчі 3-5 років для виживання в конкурентному середовищі розробникам доведеться зосередитися на нових технічних та технологічних інструментах взаємодії з користувачами. І вже сьогодні можна виділити ряд ключових тенденцій, за якими він буде відбуватися. Це впровадження нових інструментів комунікації, вдосконалення роботи з контентом, пошук ефективних технологій в електронній комерції, розробка інструментів для перенесення професійної діяльності безпосередньо в мережу Інтернет, вдосконалення рекламних та геолокаційних технологій, забезпечення анонімності при роботі з інформацією [12].

Високошвидкісна і високо об'ємна сучасна світова економіка практично стала мережевою, назавжди змінила характер та інструменти бізнесу. Тому сьогодні будь-який вид бізнесу потребує як оперативного оновлюваної інформації, так і постійного оновлення інформаційно-комунікаційних технологій.

Мережеві роздрібні торговці сьогодні мають розвинену службу доставки товарів додому. Огляд практики реальних фірм, що працюють як on-line, так і off-line, показує дуже велику різноманітність їх методів і прийомів, які добре спрацьовують і підвищують реальний прибуток.

Торгівля в мережі Internet - один з найбільш дієвих факторів розвитку виробництва, прискорення поставки товарів і послуг, зміцнення зв'язків між постачальниками і покупцями. Організація торгових операцій в мережі здійснюється на основі корпоративних торгових майданчиків та електронних торговельних систем. Internet-майданчики є віртуальними торговими місцями, де укладаються угоди між продавцем і покупцем і здійснюється проведення фінансово-торгових трансакцій.

До електронних торгових систем відносять Internet-магазини, які представляють собою Web-сайти, що забезпечують продаж через Internet з використанням каталогу чи іншого виду представлення продукції. Це роздрібна форма ведення торгівлі, яка об'єднує елементи прямого маркетингу з відвідуванням традиційного магазину. Інтерактивний магазин може запропонувати значно більшу кількість товарів і послуг та забезпечити споживачів значно більшим обсягом інформації, необхідним для прийняття рішення про покупку.

Електронна торгівля - це фінансові операції та операції, що виконуються засобами мережі Internet і приватних мереж зв'язку, в ході яких відбуваються покупки продажу товарів і послуг, а також перекази грошових коштів. Трансакції в електронній торгівлі здійснюються простим підтвердженням покупки по кредитній картці з допомогою переказу необхідної суми вартості товару або складнішим шляхом - за допомогою передачі інформації через багато мереж.

В останні декілька років, розвиваючи інструменти електронної комерції, соціальні мережі намагаються інтегруватися з інтернет-магазинами і створювати інструменти для торгівлі між користувачами. Сьогодні ринок електронної комерції має обороти в сотні мільярдів доларів, а у соціальних мереж є сотні мільйонів потенційних покупців. Залишилось тільки знайти ефективний інструмент продавати цим покупцям товари та послуги.

Вже зараз існують власні платформи для електронної комерції, такі як: Facebook Marketplace, Second Life Marketplace та інші розробки [10,12]. Соціальним мережам вигідно створювати саме платформи, спеціальний функціонал, який дозволить продавати і купувати, а мережа при цьому буде виступати посередником, заробляючи на рекламі, додатковому функціоналі, комісії та інших послугах.

Всесвітня мережа дає безліч інструментів для впливу на цільову аудиторію рекламодавця: розміщення реклами на тематичних та інформаційних сайтах, e-mail-маркетинг, просування товару з допомогою пошукових систем і каталогів, обмін посиланнями, рейтинги, партнерські і спонсорські програми і, звичайно, банерні мережі. Internet-маркетинг через сучасні інформаційно-комунікаційні технології допомагає значно швидше, якісніше та ефективніше визначити попит клієнтів.

Розуміючи свої завдання, соціальні мережі намагаються створювати нові інструменти, які дозволять користувачам всередині них навчатися, працювати, купувати-продавати, розважатися тощо. Тому у майбутньому виграють ті проекти, які зможуть навчитися поєднувати задоволення різних потреб користувачів і тим самим створять собі величезну конкурентну перевагу.

Висновки. Проаналізувавши різні форми, напрямки та результати впливу ІКТ на економічну, фінансову та бізнесову сфери діяльності суспільства, слід відмітити, що інформація, яка виступає в цих технологіях як комунікація, а не як чисте знання, стимулює нові операції і нові дії людини.

Масштабне усвідомлення факту, що в інформаційному суспільстві саме інформація є двигуном та основою нової діяльності, буде стимулювати подальший ріст ефективності бізнесу, економіки, фінансових установ та суспільства взагалі.

Проведений аналіз свідчить про величезний вплив соціальних мереж на сучасне життя людей. Вони володіють величезними базами даних про них (їх зв'язки, уподобання, переконання тощо) та іншою важливою інформацією. Більше 80% компаній по всьому світу використовують соціальні мережі в своїй професійній роботі. Ці мережі змінюють світогляд людей і світ в цілому – вони стають центром сучасного життя і мають потужний, ще не до кінця усвідомлений, потенціал.

Результати роботи можуть бути використані при викладанні навчальних дисциплін, пов'язаних з вивченням сучасних інформаційних систем та технологій, а отримані висновки сприяти підвищенню фахового рівня та професійної компетенції широких верств громадськості в інформаційному суспільстві.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Кастельс М. Інформаційна епоха. Економіка, суспільство та культура / За ред. О.І. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЕ, 2009. — 339 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное будущее /Д. Белл —М.: Academia, 2008. — 255 с.
3. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер — М.: АСТ, 2008. — 781 с.
4. http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа.
5. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
6. Колисниченко Д. Н. Facebook. Полное руководство /Д.Н. Колисниченко - М.: Вильямс, 2011. — 272 с.
7. Штайншаден Я. Феномен Facebook /Я. Штайншаден – СПб: Питер, 2011. — 224 с.
8. Сорокина Е. Твиттер - 140 символов самовыражения / Е. Сорокина , Ю. Федотченко, К. Чабаненко — СПб: Питер, 2011. — 144 с.
9. Попов В.М. Глобальный бизнес и информационные технологии. / В.М. Попов, Р.А. Маршавин., С.И. Ляпунов — М.: Финансы и статистика, 2010. — 357 с.
10. Чураков А. Анализ социальных сетей / А. Чураков - СПб: Социологические исследования, 2007. - № 1. — 109 с.
11. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>.
12. www.soobshestva.ru (Патаракин Е. Создание профессионального сетевого сообщества).

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М., Наумов В.О. Інформація як комунікація та мотивація діяльності в сучасному інформаційному суспільстві. / Наталія Михайлівна Наумова, Вадим Олексійович Наумов // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К.: НТУ – 2012. – Вип.10.

В статті розглянуті деякі форми, напрямки та результати впливу інформаційно-комунікаційних технологій, включаючи соціальні мережі, на економічну, фінансову та бізнесову сфери діяльності суспільства, де інформації відводиться роль не стільки ресурсу, скільки мотиватора діяльності.

Об'єкт дослідження - соціальні мережі як одна з складових інформаційно-комунікаційних технологій в проектах Web 2.0.

Мета роботи - дослідження впливу ІКТ і соціальних мереж, зокрема, на життєво важливі сфери сучасного суспільства (економіка, фінансова сфера, бізнес тощо), масову свідомість людей, де інформації відводиться роль не стільки ресурсу, скільки мотивації діяльності.

Метод дослідження – системний аналіз.

Сучасний високотехнологічний світ може здійснювати інноваційні реформи лише шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), сучасних знань та інформації як найважливішого стратегічного ресурсу XXI століття.

Інформаційно-комунікаційні технології сьогодні розглядаються як найбільш ефективний та дієвий інструмент для розв'язання низки актуальних питань глобального рівня. Створення та прогресивне функціонування ринку інформаційних продуктів і послуг є основою ефективного формування сучасного суспільства. ІТ компанії постійно працюють в цьому напрямку, розробляючи і впроваджуючи нові ідеї, Одним з проектів концепції Web 2.0 в Інтернет–середовищі є соціальні мережі.

Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється власне самими учасниками мережі, і в найближчому майбутньому вона планується стати стандартом життя.

Зараз основна роль, наприклад, соціальної мережі Facebook в суспільстві - це глобальна комунікація користувачів всього світу. А сторінки в Facebook є хорошим маркетинговим інструментом в «руках» різного виду та розміру бізнес- структур.

Соціальна мережа Foursquare – це мережа з функцією геопозиціонування. Сьогодні вона стає також важливим інструментом для бізнесу, особливо в сфері послуг.

Нова модель суспільства, що пов'язана з поняттям інформації, потребує сьогодні значного переосмислення уявлень сутності процесів розвитку людської цивілізації. Це дозволяє сприймати його не стільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів виробництва, скільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів комунікації.

Сьогодні більш поінформована людина - це не та, яка просто більше знає, а та, яка одночасно з цим, спроможна здійснювати найбільше число своєчасних необхідних ефективних комунікацій. Тільки інформація, як комунікація, а не, як знання або предмет, спроможна викликати нові дії.

Результати статті можуть бути використані при викладанні навчальних дисциплін, пов'язаних з вивченням сучасних інформаційних систем та технологій, а отримані висновки сприяти підвищенню фахового рівня та професійної компетенції широких верств громадськості.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту дослідження - швидке зростання впливу соціальних мереж, які володіють великим потенціалом і здатні змінювати світогляд людей і світ в цілому.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, WEB 2.0, ІНТЕРНЕТ–СЕРЕДОВИЩЕ, ВЕБ-САЙТ, КОНТЕНТ.

ABSTRACT

Naumova N.M, Naumov V.O. Information as a means of communication and activity motivation in a modern informational society. / Natalia Naumova, Vadim Naumov // Management of projects, system analysis and logistics. – K.: NTU. – 2012. – Vol. 10.

Certain forms, directions and influence results of informational and communication technologies, including social networks, upon economic, financial and business activities in a society are considered in the article. Information in this context is analyzed as an activity motivator rather than a resource.

Object of study - social networks as one of the components of ICT projects in Web 2.0.

Purpose - to research the impact of ICT and social networks, including the vital areas of modern society (economics, finance, business, etc.), the mass consciousness of people where information plays the role not so much resource as motivation.

The method of investigation - a system analysis.

Modern high-tech world can make innovative reform only by using information and communication technologies (ICT), modern knowledge and information as an important strategic resource of the XXI century.

Information and communication technologies are considered as the most effective and efficient tool for solving a number of current issues of global level. The establishment and progressive functioning market information products and services is key to the effective formation of modern society. IT companies are constantly working in this direction, developing and implementing new ideas, one of the projects of the concept Web 2.0 in the Internet environment is social networking.

Social Network - an interactive Web site with content that actually filled by members of the network in the near future it will become the standard of life.

Now the main role, for example, the social network Facebook in society - a global communication users around the world. A Facebook page is a good marketing tool in the "hands" of various types and size of businesses.

Social network Foursquare - a network of geolocation feature. Today, it is also an important tool for business, especially in the service sector.

A new model of society that is concerned with the notion of information need today significant rethinking notions of essence processes of human civilization. This allows you perceive it not as a process of searching for new and more efficient means of production, but as a process of searching for new and more effective means of communication.

Today, more informed person - is not that just more aware, but one that at the same time, is able to exercise the greatest number of timely required effective communication. Information only as communication, rather than as knowledge or thing capable of inspiring new action.

The results can be used in teaching of subjects related to the study of modern information systems and technologies, and findings enhance the professional level of professional competence and the general public.

Forecast assumptions about the development of the object of investigation - the rapid growth of the influence of social networks that have great potential and are able to change the outlook of people and the world in general.

KEYWORDS: INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, SOCIAL NETWORKING, WEB 2.0, WEB ENVIRONMENT, WEB SITE, CONTENT.

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М., Наумов В.А. Информация как коммуникация и мотивация деятельности в современном информационном обществе. / Наталья Михайловна Наумова, Вадим Алексеевич Наумов // Управление проектами, системный анализ и логистика. - М.: НТУ - 2012. - Вып.10.

В статье рассмотрены некоторые формы, направления и результаты влияния информационно-коммуникационных технологий, включая социальные сети, экономическую, финансовую и бизнес сферы деятельности общества, где информации отводится роль не столько ресурса, сколько мотиватора деятельности.

Объект исследования - социальные сети как одна из составляющих информационно-коммуникационных технологий в проектах Web 2.0.

Цель работы - исследования влияния ИКТ и социальных сетей, в частности, на жизненно важные сферы современного общества (экономика, финансовая сфера, бизнес и т.д.), массовое сознание людей, где информации отводится роль не столько ресурса, сколько мотивации деятельности.

Метод исследования - системный анализ.

Современный высокотехнологичный мир может осуществлять инновационные реформы лишь путем использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), современных знаний и информации как важнейшего стратегического ресурса XXI века.

Информационно-коммуникационные технологии сегодня рассматриваются как наиболее эффективный и действенный инструмент для решения ряда актуальных вопросов глобального уровня. Создание и прогрессивное функционирование рынка информационных продуктов и услуг является основой эффективного формирования современного общества. IT компании постоянно работают в этом направлении, разрабатывая и внедряя новые идеи, одним из проектов концепции Web 2.0 в Интернет-среде есть социальные сети.

Социальная сеть - это интерактивный веб-сайт, контент которого наполняется собственно самими участниками сети, и в ближайшем будущем она планируется стать стандартом жизни.

Сейчас основная роль, например, социальной сети Facebook в обществе - это глобальная коммуникация пользователей всего мира. А страницы в Facebook является хорошим маркетинговым инструментом в «руках» различного вида и размера бизнес-структур.

Социальная сеть Foursquare - это сеть с функцией геопозиционирования. Сегодня она становится также важным инструментом для бизнеса, особенно в сфере услуг.

Новая модель общества, связанная с понятием информации, нуждается сегодня в значительном переосмыслении представлений сущности процессов развития человеческой цивилизации. Это позволяет воспринимать его не столько как процесс поисков новых и более эффективных средств производства, сколько как процесс поисков новых и более эффективных средств коммуникации.

Сегодня более информированный человек - это не тот, который просто знает, а тот, который одновременно с этим, способен осуществлять наибольшее число своевременных необходимых эффективных коммуникаций. Только информация, как коммуникация, а не, как знание или предмет, способна вызвать новые действия.

Результаты статьи могут быть использованы при преподавании учебных дисциплин, связанных с изучением современных информационных систем и технологий, а полученные выводы способствовать повышению профессионального уровня и профессиональной компетенции широких слоев общественности.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – стремительное возрастание влияния социальных сетей, имеющих мощный потенциал и способных изменять мировоззрение людей и мир в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, WEB 2.0, ИНТЕРНЕТ-СРЕДА, САЙТ, КОНТЕНТ.