

GAMYBOS ĮMONĖS DARBUOTOJŲ INFORMACINĖS ELGSENOS ANALIZĖ

Kristina Kulikauskienė

Šiaulių valstybinės kolegijos lektorė

Roberta Virmauskienė

Šiaulių valstybinės kolegijos alumnė

Anotacija

Straipsnyje išanalizuota gamybos įmonės darbuotojų informacinė elgsena. Išnagrinėjus mokslinės literatūros šaltinius atskleista, kad informacinė elgsena yra asmenų perduodama informacija, susidedanti iš daugiau nei vieno informacijos gavimo ir naudojimo elemento. Atliktas empirinis tyrimas parodė, kad, norint išvengti informacinės elgsenos kompetencijų trūkumo, gamybos įmonės darbuotojams reikia ugdyti informacinės elgsenos kompetencijas, nes dideli informacijos kiekiai ir gausybė naujų įrankių atsiranda greičiau, nei su jais dirbti išmoksta įmonės darbuotojai.

Reikšminiai žodžiai: *informacinė elgsena, gamybos įmonė, informacija.*

Ivadas

Tyrimo aktualumas ir problematika. Šiuolaikinė visuomenė sparčiai juda į informacinį amžių, kuriame prieinama informacija yra pagrindinis išteklius. Su nuolatine technologijų ir interneto plėtra atsiranda naujų galimybių, tačiau kartu su jomis kyla ir naujų iššūkių. Vienas iš svarbiausių šių iššūkių yra informacinė elgsena – gebėjimas suprasti, vertinti ir naudoti informaciją atsakingai bei saugiai. C. Shah (2017) teigimu, informacijos ieškojimas yra vienas iš pagrindinių žmogaus elgesio atributų. Informacinė elgsena tampa vis svarbesne ne tik asmeninėje, bet ir profesinėje aplinkoje. Ji apima ne tik sugebėjimą techniškai naudotis įvairiomis informacijos technologijomis, bet ir suvokimą apie informacijos šaltinius, kritinį mąstymą, gebėjimą atpažinti ir išvengti klaidinančių informacijos aspektų, kurių šiame informacijos amžiuje yra ypatingai daug. Organizavimas, suplanuoti veiksmai ir pasakojimai priklauso nuo sugebėjimo bendrauti, nes bendraujant yra perduodama informacija. Kaip tik todėl visa visuomenė yra informacinė visuomenė, o visa organizacija yra pagrįsta informacija (Wilson, 2022).

Gamybos įmonėse informacinė elgsena ir jos analizavimas tapo svarbus dėl kelių priežasčių: darbe svarbus yra kritinis mąstymas ir sprendimų priėmimas. Todėl analizuojant darbuotojų informacinę elgseną dėmesys yra atkreipiamas į jų kritinį mąstymą ir sugebėjimą objektyviai vertinti informaciją priimant sprendimus. Su sparčia technologijų plėtra susiję saugumo klausimai tampa vis svarbesni, todėl profesinėje veikloje informacinė elgsena apima sugebėjimą saugiai naudotis internetu, apsaugoti asmens duomenis, atpažinti internetinius sukčius ir išvengti elektroninio nusikalstamumo. Profesinis vystymasis vyksta tada, kai įgūdžiai, susiję su informacine elgsena, tampa esminiais profesiniame pasaulyje. Tai apima ne tik techninius įgūdžius, bet ir suvokimą apie etiką, teisinius aspektus, gebėjimą veikti atsakingai ir saugiai dirbant su informacija. Socialiniame kontekste informacinė elgsena taip pat yra labai svarbi. Tai apima gebėjimą kritiškai vertinti informaciją iš socialinių tinklų, supratimą apie internetinius verslo etiketo principus ir kitus aspektus, susijusius su socialine sąveika internete. Informacinė elgsena yra svarbi mokymosi proceso dalis. Įgūdžiai, kaip tinkamai ieškoti, filtruoti ir naudotis informacija, tampa pagrindu efektyviam švietimui ir nuolatiniam mokymuisi visą gyvenimą. Informacinė elgsena taip pat yra svarbus verslo raidos ir individualaus pasiekimo elementas šiuolaikiniame informaciniame pasaulyje. Ji padeda žmonėms tapti atsakingais informacijos naudotojais, skatina jų intelektualinį tobulėjimą ir prisideda prie bendrų įmonės tikslų.

Probleminiai tyrimo klausimai: siekdamos pagerinti administracijos ir gamybos darbuotojų produktyvumą, įvykdyti užsibrėžtus įmonės tikslus, patenkinti besikeičiančius rinkos poreikius gamybos įmonės skiria vis daugiau dėmesio darbuotojų informacinei elgsenai, siekdamos išsiaiškinti, iš kur atsiranda informacijos paieškos problemų, kaip

darbuotojai vertina savo informacijos paieškos įgūdžius ir kiek laiko skiria informacijos poreikių, susijusių su darbine veikla, tenkinimui. Siekiant atliepti šiuos probleminius aspektus, straipsnyje keliami tokie probleminiai klausimai: kokia yra gamybos įmonės darbuotojų informacinė elgsena? Kodėl kyla informacijos paieškos problemų? Kaip darbuotojai vertina savo informacijos paieškos įgūdžius, kiek laiko skiria informacijos poreikių, susijusių su darbine veikla, tenkinimui?

Tyrimo objektas – gamybos įmonės darbuotojų informacinė elgsena.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti gamybos įmonės darbuotojų informacinę elgseną.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atskleisti informacijos vadybos teorinius aspektus.
2. Apibrėžti informacinės elgsenos sampratą ir elementus.
3. Ištirti SALDA UAB darbuotojų informacinę elgseną.

Tyrimo metodai: mokslinių šaltinių analizė, kiekybinis anketinės apklausos metodas.

Duomenų analizei taikytas aprašomosios statistikos metodas. Tyrimo atveju pasirinkta gamybos įmonė SALDA UAB.

Informacijos vadybos ir informacinės elgsenos samprata ir jų svarba gamybos įmonės veiklos kontekste

Informacija turi esminį vaidmenį visose gyvenimo srityse – nuo kasdienių bendravimo aspektų iki mokslo, verslo ir technologijų. Tai pagrindinis elementas žmogiškosios komunikacijos, mokslo pažangos ir visuomeninio vystymosi srityse. Informacija pateikiama įvairiomis formomis, pavyzdžiui, žodžiais, skaičiais, vaizdais ar simboliais, ji turi turėti prasmę arba reikšmę, dažnai yra paremta realiais faktais ar duomenimis. Šiuolaikinių gamybos įmonių sėkmė priklauso nuo gebėjimų rinkti, kaupti, apdoroti ir skleisti informaciją, pasitelkiant informacines technologijas ir informacines sistemas arba, kitaip tariant, nuo tinkamos informacijos vadybos (Wilson, 1997; Atkočiūnienė, 2006).

Informacijos vadyba susieja informacijos rinkimą, kaupimą ir apdorojimą pasitelkiant informacines technologijas (IT). IT įtaka įmonių veikloje matoma optimizuojant vykdomus informacinius, duomenų analizavimo ir perteikimo procesus. Informacijos vadybos sampratos dažnai pateikiamos skirtingai, sisteminant tam tikrus požyrius (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. Informacijos vadybos sampratos apibrėžtys

Autorius, metai	Apibrėžimas
T. D. Wilson (2002)	Informacijos planavimas, organizavimas, valdymas ir kontrolė atviroje sistemoje ir technologijų panaudojimas efektyviai informacijos ir žinių išteklių vadybai, organizacijos vidinės ir išorinės aplinkos ir pridėtinės vertės suteikimas organizacijos veiklai.
D. Chaffey, S. Wood (2005)	Informacijos kaip strateginio ištekliaus valdymo procesas organizacijos veiklai tobulinti, tai strategijų vystymas ir sistemų diegimas bei kontrolė informacijos kokybei užtikrinti ir pridėtinei vertei kurti.
L. Markevičiūtė (2010)	Veiklos sritis, leidžianti užtikrinti informacijos kokybę ir taip sudaranti sąlygas organizacijai sėkmingai siekti užsibrėžtų tikslų.
F. Carmichael (2011)	Bendrų specifinių ir papildomų naudingų šaltinių, nukreiptų į organizacijų gebėjimus suprasti ir naudoti technologinius, žmogiškuosius ir organizacinius išteklius, kurių reikia norint valdyti vidinę ar išorinę informaciją, valdymas.
Z. Atkočiūnienė (2013)	• Informacijos vadyba – įrašų valdymas. Tai seniausia informacijos vadybos sritis, kurios tikslas – informacijos gyvavimo ciklo valdymas (dokumentų kūrimas, platinimas ir naudojimas, kaupimas ir rinkimas, sprendimai dėl jų saugojimo ar naikinimo bei archyvavimas). • Informacijos vadyba – aprūpinimas išorine informacija. Pokyčių, susijusių su organizacijos išorine informacija, valdymas daro kur kas didesnę įtaką sėkmingam organizacijos veikimui nei informacinių technologijų valdymas, organizacijos išlikimas priklauso nuo to, kaip gerai ji apdoroja informaciją apie ją supančią aplinką ir prisitaiko prie pokyčių.

	• Informacijos vadyba – į asmenį orientuota informacijos vadyba. Remiantis šiuo požiūriu, laikomasi nuostatos, kad informacijos vadyba yra pritaikoma konkrečiai organizacijai su savo istorija ir priežastimis, lemiančiomis darbuotojų elgesį. • Informacijos vadyba – informacijos išteklių vadyba. Šį požiūrį būtų galima įvardinti kaip holistinį, apimančią visus anksčiau aptartus požiūrius.
--	---

Remiantis šioje lentelėje pateiktais apibrėžimais, galima teigti, kad informacijos vadyba yra informacijos valdymo principų taikymas strategiškai naudojant skirtingus išteklius, užtikrinant informacijos kokybę, analizuojant informacijos valdymo atsiradimo, apdorojimo ir naudojimo aspektus. Šiuo metu informacijos valdymui yra skiriama labai daug dėmesio, bandant išsiaiškinti ir paaiškinti tikslesnį informacijos vaidmenį, informacinių technologijų išplitimą ir tobulėjimą, informacinių produktų ir paslaugų populiarumą rinkoje. Visa gaunama informacija leidžia organizacijai greitai reaguoti į rinkos pokyčius, optimizuoti įvairius veiklos procesus, gerinti efektyvumą ir siekti bendro verslo sėkmės. Svarbu įsitikinti, kad informacijos sistema tinkamai prisitaiko prie įmonės poreikių ir yra nuolat atnaujinama, kad atitiktų besikeičiančius verslo reikalavimus (Markevičiūtė, 2010; Nemitko, 2019). Pažymėtina, kad informacijos vadybos efektyvumas ir informacijos funkcionavimo sklandumas organizacijose pirmiausiai priklauso nuo darbuotojų **informacinės elgsenos**, kuri apima darbuotojų informacinius poreikius, jų gebėjimą atlikti tikslingą informacijos iešką ir paiešką, informacijos naudojimą.

Siekiant išsiaiškinti informacinės elgsenos reikšmę tikslinga pirmiausiai ją išskaidyti dėmenimis. Pirmasis dėmuo yra informacija. Informacija – mokslinės, visuomeninės, politinės, techninės žinios, perduodamos vienu asmenų kitiems žodžiu, raštu arba masinės komunikacijos priemonėmis (per spaudą, radiją, televiziją, kiną) (Tarptautinių žodžių žodynas, 2023). Antrasis dėmuo yra elgsena, kuri apibūdinama kaip gyvenimo ir veikimo būdas (Dabartinės lietuvių kalbos žodynas, 2023). Informacinės elgsenos sampratos apibrėžimai yra pateikiami 2 lentelėje.

2 lentelė. Informacinės elgsenos sampratos apibrėžtys

Autorius, metai	Apibrėžimas
T. D. Wilson (2000)	Informacinė elgsena yra žmogaus elgesio visuma, apimanti informacijos šaltinius ir kanalus, aktyvią ir pasyvią informacijos paiešką, jos tikslas – surasti kokybišką, vartotojo poreikius atitinkančią informaciją ir tos informacijos naudojimą konteksto situacijoms spręsti.
A. Vernickaitė (2014)	Informacinė elgsena apima tris komponentus: informacijos poreikius, iešką ir jos naudojimą.
M. J. Bates (2017)	Informacinė elgsena yra terminas, apibūdinantis daugybę būdų, kuriais žmonės sąveikauja su informacija, ypač ieškodami informacijos ir ją naudodami.
M. G. Ocepek (2018)	Informacinė elgsena yra besivystanti mokslinių tyrimų sritis, kuri sukuria daug galimybių nagrinėti su informacine elgsena susijusius procesus. Informacinė elgsena nepakankamai ištyrinėta, turėtume geriau suprasti, kaip žmonės iš tikrųjų naudoja informaciją visais gyvenimo aspektais, gerinti informacinės elgsenos analizę, procesus ir sistemas skirtingose informacinėse erdvėse.
E. Greifeneder, K. Schlebbe (2022)	Informacinė elgsena yra žmonių (ne)sąveikos su informacija visuma, jungianti informacinį elgesį, informacijos patirtį ir informacijos praktiką, pasitelkiant įvairius būdus, kuriais žmonės sąveikauja su informacija (tai jie vadina informacijos naudojimu) ir kaip žmonės nesąveikauja su informacija (tai jie vadina informacijos nenaudojimu).

Apibendrinant 2 lentelėje pateiktus informacinės elgsenos apibrėžimus, galima teigti, kad informacinė elgsena yra asmenų perduodama informacija, kurios pobūdis priklauso nuo informacijos teikėjo gyvenimo ir veiklos būdo. Informacinė elgsena yra kaip aktyvi veikla, kai informacijos ieškoma tikslingai, tam skiriant laiko ir pastangų, ir kaip pasyvi elgsena, kai

informacija vartotoją pasiekia nededant pastangų, tikslingai ar sąmoningai jos neieškant, nesikreipiant, neišreiškus poreikio arba atsitiktinai.

Informacinės elgsenos tyrimuose susiklostė kelios informacijos paieškos sampratos, kuriose vartotojo informacijos paieškos procesas kategorizuojamas į kelis lygius: į informacijos paieškos, informacijos ieškos ir informacinės elgsenos (Janiūnienė, 2012). Informacijos paieška yra procesas, apimantis informacijos atvaizdavimą, laikymą ir vartotojo užklausi reikalingos informacijos radimą. Informacijos ieška – informacijos paieškos procesas, apimantis informacijos paiešką ir individo suvokimo procesą. Informacinė elgsena yra informacijos vartotojo elgesys, apimantis aktyvią ir pasyvią informacijos paiešką bei visą kitą elgesį, susijusį su informacijos įsigijimu ir naudojimu (Wilson, 1995). Informacinė elgsena apima bendravimą su kitais (žodžiu ar raštu), bet kokios rūšies informacijos išteklių naudojimą ir įvairiapusišką informacijos priėmimą. T. D. Wilson (1981), Ch. W. Choo (2002), L. Markevičiūtė (2008), E. Adbels ir D. Klein (2008), A. Spink (2010) ir R. Skyrius (2013) pažymi, kad informacinė elgsena susideda iš daugiau nei vieno informacijos gavimo ir naudojimo elemento, nes informacinė elgsena yra palyginti nauja sritis, kurios neįmanoma apibrėžti kitaip nei pasitelkiant papildomus, jau susiformavusius informacijos apibrėžimus.

T. D. Wilson (2000) informacinę elgseną suskirstė į keturias grupes: informacijos elgsena, informacijos ieškos elgsena, informacijos paieškos elgsena ir informacijos naudojimo elgsena. Pasak autoriaus, informacijos elgsena yra žmogaus elgesio visuma informacijos šaltinių ir kanalų atžvilgiu, įskaitant tiek aktyvų, tiek pasyvų informacijos ieškojimą ir informacijos naudojimą. Informacijos ieškos elgsena yra tikslinis informacijos ieškojimas kaip poreikio pasiekti tam tikrą tikslą pasekmė. Ieškodamas asmuo gali sąveikauti su rankinėmis informacinėmis sistemomis arba su kompiuterinėmis sistemomis. Informacijos paieškos elgsena yra elgesio „mikrolygis“, kurį ieškotojas naudoja sąveikaudamas su visų rūšių informacinėmis sistemomis. Jį sudaro visos sąveikos su sistema, nesvarbu, ar žmogaus ir kompiuterio sąveikos lygmeniu, ar intelektiniu lygmeniu, kuri taip pat apims psichinius veiksmus. Informacijos naudojimo elgesys susideda iš fizinių ir psichinių veiksmų, susijusių su informacijos, gautos į asmens esamą žinių bazę, įtraukimu. Todėl tai gali būti fiziniai veiksmai, taip pat psichiniai veiksmai, kurie apima, naujos informacijos palyginimą su esamomis žiniomis. Visi šie elementai veikdami tarpusavyje pagrindžia pagrindinio informacijos naudotojo, t. y. vartotojo, informacijos poreikių patenkinimą ir tikslingą gautos informacijos panaudojimą tenkinant kognityvinius ir emocinius poreikius. Informacijos vartotojas – tai individas, kuris, naudodamas įvairias paieškos strategijas, ieško informacijos, kad ją vėliau galėtų išanalizuoti, apdoroti ir panaudoti (Järvelin, Ingwersen, 2004).

J. Heinstrom (2010) teigimu, individų požiūris į informaciją yra skirtingas ir jis daro poveikį informacijos ieškos elgsenai. Ji išskiria penkis požiūrius: kviečiamasis, kuris rodo vartotojo norą išbandyti naujus ir įvairius informacijos ieškos būdus bei šaltinius, ieškoti intuityviai ir taip rasti naujos ir įdomios informacijos; tiriamasis, kuris reiškia, kad informacijos vartotojas yra atviras įvairiems informacijos ieškos būdams, dažnai ieško pagal apgalvotą, aiškią ir logišką strategiją; tikslingasis požiūris į informaciją reiškia nuolatinę ir į tikslą orientuotą informacijos iešką; pasyvusis požiūris reiškia, kad informacijos vartotojas nelinkęs įsitraukti į nuolatinę ir aktyvią informacijos iešką, išbandyti naujų informacijos šaltinių ir jos gavimo būdų; informacijos vartotojams taip pat gali būti būdingas informacijos vengimas, kai siekiama apgalvotai ir tikslingai vengti tam tikros informacijos ar jos šaltinių. Daugelis mokslininkų, tyrinėjančių informacinę elgseną, sutinka su nuomone, kad IT naujovės keičia žmonių elgseną. Tačiau nuomonė, kaip ji keičiasi, skiriasi nuo mokslininkų srities, kurioje jie atlieka tyrimus. Vienas dalykas, kuris nepakito net po daugybės tyrimų apie naujas technologijas, yra tai, kad pamatinių žmogaus polinkių į informaciją vėl atsiranda, kai nauja technologija tampa pažįstama. Dažnai naujosios technologijos suteikia greitį ir paprastą naudojimą, tuo pačiu kitaip atkartodamos ankstesnes struktūras ir sąveiką.

Pasak R. Savolainen (2006), po informacijos paieškos etapo seka informacijos naudojimas. Jis siejamas su gautos informacijos naudingumu sprendžiant problemą ar

įprasminant situaciją. L. Markevičiūtė (2008) savo darbe remiasi R. S. Taylor (2006) sukurtu informacijos panaudojimu, kuris gali būti orientuotas į aštuonis tikslus: savišvietos tikslu informacija naudojama konteksto, situacijai suvokti ir perprasti; problemos suvokimo tikslu informacija naudojama siekiant geresnio, nuosaikesnio objekto pažinimo; siekiant priemonės tikslo informacija naudojama tam, kad individas žinotų, ką ir kaip padaryti; faktiniu tikslu informacija naudojama faktų nustatymui, įvykio aprašymui; įsitikinimo tikslu informacija naudojama tam, kad būtų patikrinta kita informacija; projekciniu tikslu informacija naudojama siekiant numatyti ateities tendencijas; motyvaciniu tikslu naudojama informacija inicijuoja individo įsitraukimą į veiksmą; asmeniniu arba politiniu tikslu informacija naudojama ryšių užmezgimui, statuso įtvirtinimui.

Visi šie tikslai yra orientuoti į socialinės realybės suvokimą, žinių kūrimą, siekiant pagrindinio organizacijos tikslo – efektyvių valdymo sprendimų priėmimo ir valdomo objekto nukreipimo. Valdymo sprendimai tradiciškai yra orientuoti į organizacijos būsenos tobulinimą, pokyčius vizijai įgyvendinti. Dažnai, siekiant geresnio bendro rezultato, atitinkami sprendimai orientuojami ir į informacinių procesų tobulinimą (Markevičiūtė, 2008).

Šiuolaikinėje gamybos įmonėje, siekiančioje inovatyvumo ir konkurencinio pranašumo darbuotojų informacinėje veikloje, svarbus tampa socialinis ir organizacinis kontekstas, kuris individualią informacinę elgseną sprendžiant informacines problemas transformuoja į bendradarbiaujančią informacinę elgseną, apimančią ne tik informacijos paieškos procesą, bet ir informacijos įsigijimą, valdymą ir kūrimą. Virsmą iš individualios informacinės elgsenos į bendradarbiaujančią lemia: užduoties kompleksiskumas, fragmentiški informacijos ištekliai, patirties trūkumas, informacijos prieinamumo problema (Reddy, Jansen, 2008).

Apibendrinant informacinę elgseną gamybos įmonės kontekste pažymėtina, kad ji priklauso nuo asmens vykdomos veiklos įmonėje, jo vaidmens ir problemos pobūdžio arba užduoties kompleksiskumo. Asmens informacinė elgsena kaip procesas vyksta probleminėse situacijose, kai reikia priimti sprendimus. Tuomet vyksta visi veiklos procesai, kurie ir sudaro informacinės elgsenos pagrindą: informaciniai poreikiai, informacijos ieška, informacijos paieška, informacijos naudojimas.

Tyrimo metodika ir organizavimas

Tyrimo metodai. Siekiant išanalizuoti gamybos įmonės darbuotojų informacinę elgseną, tyrimui buvo pasirinkti naudoti kiekybiniai duomenų rinkimo ir analizės metodai – anketinė apklausa ir kiekybinių duomenų lyginamoji analizė. Tokie metodai leidžia daryti didesnės apimties išvadas. Kiekybinis tyrimas – tai struktūrizuotas, besiremiantis iš mokslinės problemos kylančia hipoteze tyrimas, taikant matematinius analizės metodus tyrimo duomenims apdoroti ir nagrinėjamam reiškiniui aprašyti (Žukauskienė, 2008). Anketinė apklausa buvo pasirinkta, nes pateikus anketą įmanoma per trumpą laiką apklausti kuo daugiau gamybos darbuotojų iš skirtingų skyrių, kurių atsakymai šiam tyrimui yra ypač svarbūs. Anketa – tai formalizuoti klausimai, kuriais siekiama gauti informacijos iš respondentų. Tokie formalizuoti klausimai yra reikalingi tam, kad respondentai galėtų pateikti informaciją tokiu pat būdu ir galima būtų palyginti jų atsakymus tarpusavyje (Dikčius, 2011).

Duomenų rinkimo metodu buvo pasirinkta anketinė apklausa, kurios instrumentas – anketa gamybos darbuotojams. Tyrimo metu apklausa buvo vykdoma elektroniniu būdu (anketavimo) metodu, pagal kurį surinkti duomenys panaudoti išvadų formulavimui. Anketoje pateikta 17 klausimų, atsakyti į juos pakanka 10–15 minučių. Klausimai formuluojami aiškiai ir suprantamai, kad kiekvienas darbuotojas rastų sau tinkamą atsakymą arba pats jį įrašytų.

Tyrimo instrumentas. Tyrimui atlikti naudotas žvalgomasis tyrimas, sudaryta anketa, kurios klausimynas parengtas remiantis teorinės dalies medžiaga. Tyrimo anketą sudarė dvi dalys: pagrindinė ir demografinė dalis. Įvadinėje anketos dalyje paaiškinta, kas atlieka tyrimą, pateiktas jo tikslas, rezultatų panaudojimas. Taip pat pabrėžta, kad garantuojamas apklausoje dalyvavusių respondentų anonimiškumas.

Anketinė apklausa apima 17 klausimų, kurie buvo sudaryti iš kelių tipų klausimų: 11 diagnostinių uždarojo ir atvirojo tipo klausimų, 3 klausimai pagal Likerto skalę, 3 demografiniai klausimai. Diagnostiniais uždarojo ir atvirojo tipo klausimais buvo siekiama nustatyti tyrimui reikšmingus faktus, kurie padėtų atskleisti respondentų nuomonę apie darbuotojų informacinę elgseną ir sudaryti galimybę ją tobulinti. Socialiniais demografiniais klausimais buvo siekiama išsiaiškinti bendrąsias respondentų charakteristikas: lytį, amžių ir darbo stažą įmonėje. Daugiausiai klausimų anketoje yra uždarojo tipo, nes tokiu būdu buvo siekiama pritraukti kuo daugiau respondentų atsakymų, sutaupyti jų laiko.

Tyrimo atlikimo procedūra. Siekiant validuoti parengtą tyrimo instrumentą – anketinės apklausos klausimyną – prieš atliekant pagrindinį tyrimą buvo atliktas žvalgomasis tyrimas, kuris padėjo įvertinti anketos klausimų pagrįstumą ir patikimumą (Kardelis, 2016). Pilotiniame tyime dalyvavo 3 gamybos įmonės darbuotojai iš administracijos, atrinkti pagal jų turimas kompetencijas ir patirtį, susijusią su informacinės elgsenos sritimi. Atsižvelgiant į tyrimo dalyvių išsakytas pastabas klausimyno turiniui, atskirų klausimų formuluotėms, atitinkamai buvo pakoreguoti tyrimo instrumento klausimai. Kiekybinis tyrimas (taikant anketinės apklausos metodą), buvo atliekamas 2024 metų kovo 15–26 d. Tyime dalyvavusiems respondentams – gamybos įmonės darbuotojams – pateiktos anoniminės anketos popierine ir elektronine formomis – per *Microsoft 365* platformą. Kiekvienas dalyvaujantis tyime buvo informuotas apie tyrimo naudą ir tikslą.

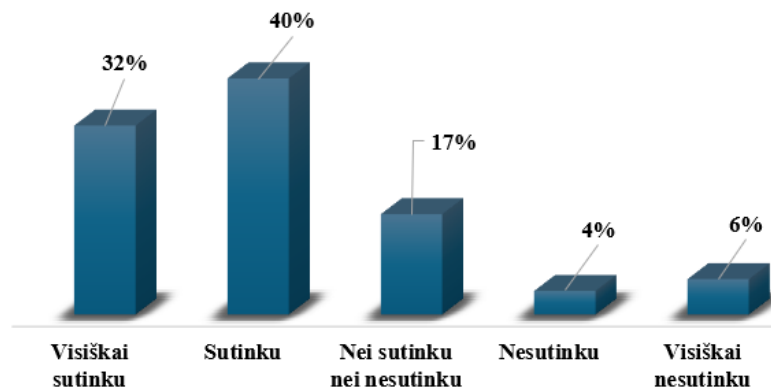
Tyrimo etikos principai. Siekiant išvengti tyrimo metu, pasak K. Kardelio (2016), dažniausiai kylančių etikos problemų, pavyzdžiui, privatumo, anonimiškumo pažeidimų, anketos įvadinėje dalyje buvo pristatytas tyrimo tikslas, jo svarba, taip pat užtikrintas anketos anonimiškumas ir apibendrintų duomenų naudojimas. Elektroniniu būdu respondentams pateiktose anketose buvo aiškiai pristatyta darbo tema, paaiškintas tyrimo tikslas, rezultatų panaudojimas ir garantuojamas pateiktų duomenų konfidencialumas. Anketos anonimiškumą ir konfidencialumą padėjo garantuoti tai, kad tyime dalyvavusių respondentų nebuvo prašoma nurodyti asmeninių duomenų, tyrimo rezultatai buvo naudojami tik juos apibendrinus ir nesiejant jų su konkrečiais asmenimis.

Tyrimo imtis. Tyrimo atveju buvo pasirinkta gamybos įmonė SALDA UAB. Nuoroda į anketinę apklausą buvo išsiųsta visiems įmonės darbuotojams, išskyrus dirbančius laikinai ar esančius motinystės atostogose. Bendras įmonės darbuotojų skaičius – 320. Tyime dalyvavo 185 respondentai. Ši imtis laikoma pakankama, nes prieš atliekant tyrimą imčiai nustatyti buvo pasitelkta Paniotto formulė, kuri nurodo, kokių mažiausių respondentų skaičių reikia apklausti, kad tyrimo rezultatai būtų reprezentatyvūs ir būtų galima daryti statistiškai reikšmingas išvadas.

Tyrimo rezultatai

Tyrimo metu siekta išanalizuoti gamybos įmonės darbuotojų informacinę elgseną, atkreipiant dėmesį į jų kritinį mąstymą ir sugebėjimą objektyviai vertinti informaciją priimant sprendimus, gebėjimą saugiai naudotis internetu, apsaugoti asmens duomenis, atpažinti internetinius sukčius ir išvengti elektroninio nusikalstamumo, įvertinti jų suvokimą apie etiką, gebėjimą veikti atsakingai ir saugiai dirbant su informacija. Informacinė elgsena yra svarbus verslo raidos ir individualaus pasiekimo elementas šiuolaikiniame informaciniame pasaulyje. Ji padeda žmonėms tapti atsakingais informacijos naudotojais, skatina jų intelektualinę tobulėjimą ir prisideda prie bendrų įmonės tikslų.

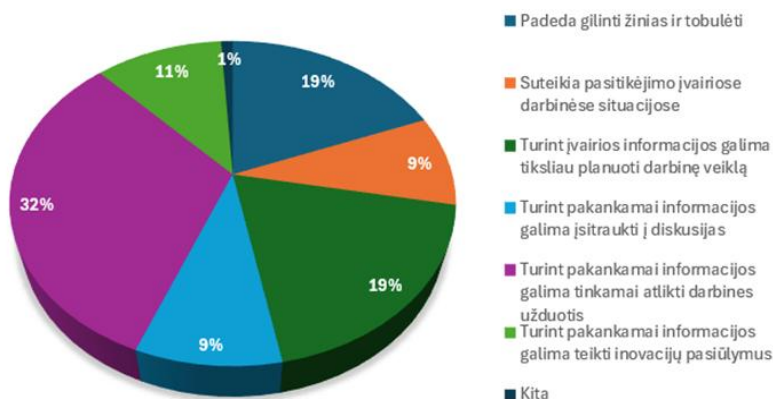
Remiantis teorinėje straipsnio dalyje išsakytomis nuostatomis (Bates, 2017; Greifeneder, Schlebbe, 2022; Ocepek, 2018; Vernickaitė, 2014; Wilson, 2000) galima teigti, kad informacinė elgsena įmonėje, siekiančioje inovatyvumo ir konkurencinio pranašumo darbuotojų informacinėje veikloje, yra neatsiejamas procesas nuo kasdien vykdomų įmonės veiklos funkcijų, kurios apima informacijos paieškos procesą, informacijos įsigijimą, valdymą ir kūrimą, taip užtikrinant aiškią komunikaciją tarp darbuotojų. Todėl respondentų buvo paklausta, kaip gamybos įmonėje dirbantis personalas vertina informacinės elgsenos aktualumą įmonėje (žr. 1 pav.).



1 pav. Respondentų pasiskirstymas vertinant informacinės elgsenos aktualumą įmonėje (n = 185)

Apibendrinant gautus rezultatus paaiškėjo, kad 40 proc. respondentų sutinka, jog informacinė elgsena yra aktuali įmonėje, 32 proc. visiškai sutinka su patektu teiginiu, 17 proc. respondentų nurodė, kad nei sutinka nei nesutinka, 6 proc. visiškai nesutinka, kad informacinė elgsena yra aktuali įmonėje, 4 proc. respondentų nesutinka su informacinės elgsenos aktualumu.

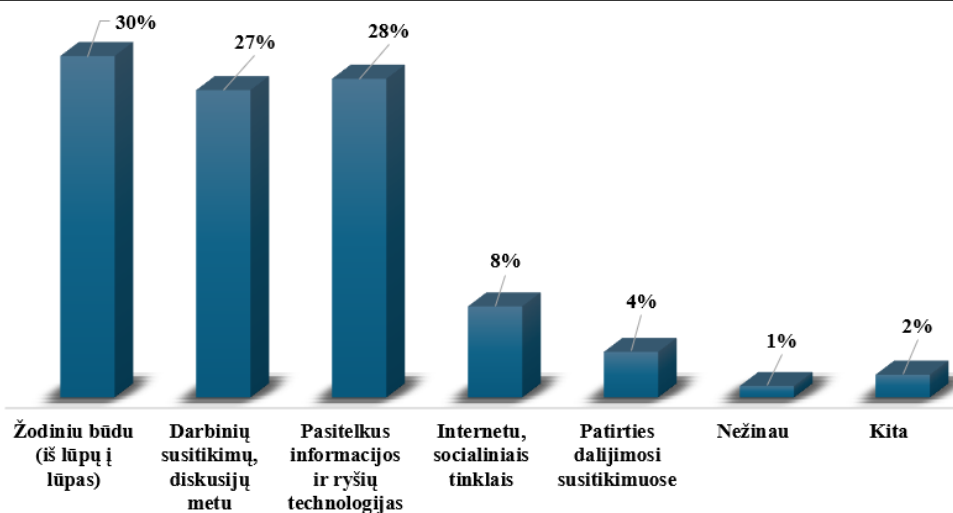
Informacija gamybos įmonėje vaidina svarbų vaidmenį, ji pateikiama įvairiomis formomis, pavyzdžiui, žodžiais, skaičiais, vaizdais ar simboliais, ji visada turi prasmę arba reikšmę ir dažnai yra paremta realiais faktais ar duomenimis. Nuo informacijos priklauso ir visi įmonėje vykdomi procesai, todėl darbuotojų buvo klausiama apie iš informacijos gaunamą naudą (žr. 2 pav.).



2 pav. Respondentų pasiskirstymas vertinant informacijos naudą įmonėje (n = 185)

Apibendrinant gautus rezultatus galima teigti, kad 32 proc. darbuotojų pažymėjo turintys pakankamai informacijos ir galintys tinkamai atlikti darbinės užduotis, po 19 proc. nurodė, kad turint visapusišką informaciją galima tiksliau planuoti savo darbinę veiklą, taip pat tai padeda gilinti žinias ir tobulėti, 11 proc. teigia, kad turint pakankamai informacijos galima teikti inovacijų pasiūlymus. Vadinas, įmonės darbuotojai supranta informacijos naudą ir siekia efektyviai naudoti gaunamą informaciją atlikdami įvairias darbinės užduotis.

Informacijos naujumą ir perdavimą galima patikrinti iš darbuotojų atsakymų apie būdus, kuriais yra perduodama informacija (žr. 3 pav.).

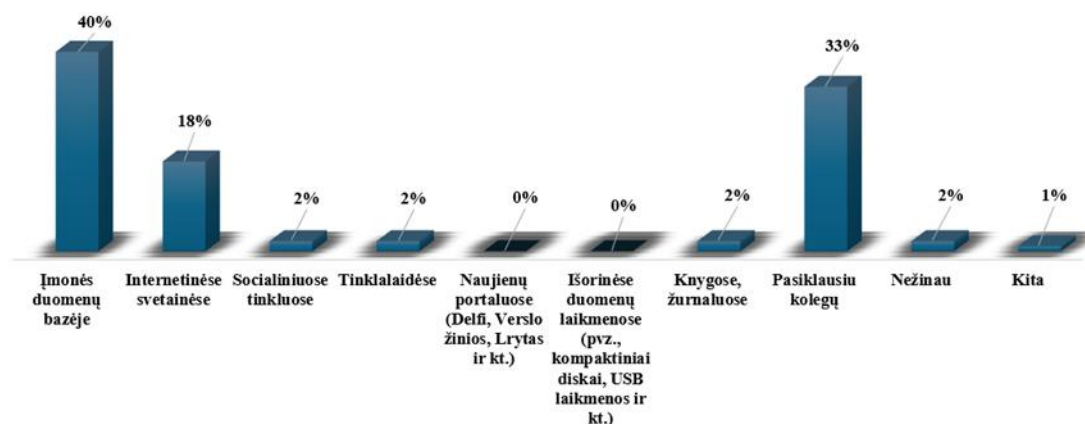


3 pav. Respondentų pasiskirstymas vertinant informacijos perdavimo būdus įmonėje (n = 185)

Pagal gautus respondentų atsakymus galima teigti, kad 30 proc. darbuotojų dažniausiai dalinasi informacija iš lūpų į lūpas, 27 proc. apklaustųjų informacija dalinasi darbinių susitikimų, diskusijų metu, 28 proc. darbuotojų informacija dalinasi informacijos ir ryšių technologijomis. Tai parodo, kad įmonės darbuotojams priimtinausia dalintis informacija bendraujant, kai galima greitai gauti atsakymus į klausimus ir taip pat greitai pateikti savo pasiūlymus ar išvalgas įvairiomis temomis. 2 proc. darbuotojų nurodė, kad informacijos dalijimasis nėra vykdomas arba vykdomas ne taip, kaip turėtų būti.

Apibendrinant galima teigti, kad dauguma darbuotojų randa būdų kaip dalintis informacija, tačiau yra ir maža dalis darbuotojų, kuriems atsiranda kliūčių gauti perduodamą informaciją ar patiems ją perduoti.

Gamybos įmonės darbuotojai dirbdami nuolat dalyvauja procesuose kuriuose ne visuomet pakanka jau turimos informacijos, bet reikia ir papildomai naudotis šaltiniais reikiama informacijai gauti, todėl darbuotojų buvo klausama apie šaltinius, kuriuose dažniausiai yra ieškoma informacijos jų darbui (žr. 4 pav.).



4 pav. Respondentų pasiskirstymas vertinant dažniausiai ieškomus informacijos kanalus (n = 185)

Apibendrinant gautus rezultatus galima teigti, kad 40 proc. respondentų dažniausiai informacijos, reikalingos darbui atlikti, ieško įmonės duomenų bazėje, 33 proc. atsakė, kad tiesiog pasiklausia kolegų, 18 proc. darbuotojų nurodė, kad dažniausiai reikalingos informacijos ieško internetinėse svetainėse. Tokie rezultatai parodo, kad darbuotojams svarbu informaciją gauti kuo greičiau, todėl jie ieško tuose šaltiniuose, kuriuose didesnė tikimybė rasti. Dėl šios priežasties įmonės duomenų bazė buvo darbuotojų pasirinkta kaip dažniausiai naudojamas šaltinis informacijos paieškai.

Maža dalis darbuotojų informacijos ieško knygose, žurnaluose, tinklalaidėse, socialiniuose tinkluose, bet taip yra tik todėl, kad nurodytuose informacijos kanaluose ieškant informacijos reikia skirti daugiau laiko atsirenkant reikalingą informaciją.

Norint daugiau išsiaiškinti apie darbuotojų ieškos elgseną, respondentų buvo prašoma suskirstyti informacijos šaltinius pagal tai, kiek dažnai jais naudojamas atliekant su darbu susijusias užduotis (žr. 5 pav.).

Informacijos šaltiniai	Niekada	Labai retai	Retai	Dažnai	Labai dažnai
Įmonės duomenų bazė	7,6 %	7,6 %	10,8 %	40 %	34,1 %
Internetinės paieškos sistemos	15,7 %	25,4 %	23,2 %	23,2 %	12,4 %
Išorinės duomenų laikmenos	64,9 %	22,2 %	11,9 %	1,1 %	0
Elektroninės knygos	65,9 %	21,1 %	7,6 %	5,4 %	0
Elektroniniai žurnalai	72,4 %	16,8 %	5,4 %	3,8 %	1,6 %
Tinklalaidės	65,4 %	11,9 %	11,9 %	8,1 %	2,7 %
Naujienų portalai (Delfi, Verslo žinios, Lrytas)	73,5 %	12,4 %	11,9 %	1,6 %	0,5 %
Spausdintos knygos	51,4 %	23,2 %	11,9 %	10,3 %	3,2 %
Spausdinti žurnalai, spausdinti laikraščiai	70,3 %	15,1 %	12,4 %	2,2 %	0
Tarpasmeninė komunikacija su kolegomis	8,6 %	3,2 %	10,8 %	45,9 %	31,4 %
Socialiniai tinklai (FB, Instagram, Youtube, X ir kt.)	45,9 %	14,6 %	15,1 %	20 %	4,3 %
Didžiausias procentas –  Mažiausias procentas – 					

5 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal dažniausiai naudojamus informacijos šaltinius (n = 185)

Remiantis apklausos duomenimis darbuotojai dažniausiai naudoja įmonės duomenų bazę – 40 proc., tik 7,6 proc. nurodė, kad niekada ja nesinaudoja. Internetinėmis paieškos sistemomis įmonės darbuotojai naudoja labai retai – 25,4 proc., tik 12,4 proc. nurodė, kad ja naudoja labai dažnai. Išorinėmis duomenų laikmenomis 64,9 proc. darbuotojų nesinaudoja niekada. Taip pat didžioji dalis darbuotojų nurodė, kad niekada nesinaudoja elektroninėmis knygomis – 65,9 proc. ir elektroniniais žurnalais – 72,4 proc., atlikdami su darbu susijusias užduotis. Panašus procentas darbuotojų niekada nesinaudoja spausdintomis knygomis – 51,4 proc., spausdintais žurnalais, laikraščiais nesinaudoja 70,3 proc. Tokie darbuotojų skaičiai įmonei nėra labai džiuginantys, nes ji yra darbuotojams įrengusi biblioteką, kurią nuolat pildo naujomis knygomis, taip pat užsakomi žurnalai, atrinkti pagal aktualumą ir įmonės veiklos kryptį. Tarp niekada nenaudojamų informacijos šaltinių taip pat yra tinklalaidės – 65,4 proc. ir naujienų portalai – 73,5 proc. Prie dažnai naudojamų informacijos šaltinių respondentai įvardino tarpasmeninę komunikaciją su kolegomis – 45,9 proc. Šis procentas yra lengvai paaiškinamas, nes įmonė skiria didelį dėmesį darbuotojų informavimui, nuolat vyksta susirinkimai įvairiose darbuotojų grupėse, kad visi procesai vyktų sklandžiai ir nenutrūkstamai. Taip pat 45,9 proc. darbuotojų nurodė, kad niekada nesinaudoja socialiniais tinklais.

Apibendrinus duomenis, susijusius su informacijos šaltinių naudojimu, galima teigti, kad apklausoje dalyvavę darbuotojai naudoja visais informacijos šaltiniais, tik kiekvienas darbuotojas pasirenka tai, kas jam labiau tinka ir kokios informacijos reikia, nes dažnai tai ir lemia informacijos šaltinių pasirinkimą.

Vien tik skirtingų informacijos šaltinių naudojimas nepadedą nusakyti darbuotojų informacinės elgsenos. Taip pat svarbu ir kliūtys, su kuriomis susiduria įmonės darbuotojai ieškodami reikalingos informacijos (žr. 6 pav.).

Priežastys	Niekada	Labai retai	Retai	Dažnai	Labai dažnai
Nežinau, kur ieškoti	11,9	36,2	36,2	13	2,7
Neturiu laiko ieškoti	9,7	23,8	27	26,5	13
Nepavyksta rasti to, ko ieškau	15,7	29,7	34,1	15,1	5,4
Trūksta laiko atsirinkti reikiamai informacijai	16,2	16,2	25,9	29,2	12,4
Trukdo kalbos barjeras	28,6	29,2	31,9	7	3,2
Ieškodamas informacijos nemėgstu prašyti pagalbos	25,4	31,4	28,1	7	8,1
Nėra pakankamai informacijos tam tikrais klausimais	14,6	16,8	31,9	28,1	8,6
Nepasitikiu gaunama informacija	20,5	42,7	29,2	4,9	2,7
Didžiausias procentas - Mažiausias procentas - 					

6 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal priežastis, kurios kliudo darbinei veiklai, susijusiai su informacijos ieška (n = 185)

Pagal pateiktus respondentų atsakymus galima teigti, kad didžioji dalis nesusiduria su kliūtimis ieškodami reikalingos informacijos. Tik 2,7 proc. nurodė, kad labai dažnai nežino, kur ieškoti informacijos, daugiau nei pusė apklaustųjų teigė, kad su tokia kliūtimi susiduria tik retai arba labai retai. Su laiko trūkumu retai susiduria tik 27 proc. apklaustųjų, o 9,7 proc. niekada neturėjo tokių problemų. 34,1 proc. retai susiduria su kliūtimi, kai nepavyksta rasti ieškomos informacijos, 5,4 proc. nurodė, kad su šia kliūtimi jie susiduria labai dažnai. Laiko trūkumas atsirenkant reikiamą informaciją būna dažna kliūtis 29,2 proc. respondentų, o 12,4 proc. teigia, kad jiems tai trukdo labai dažnai. Kadangi įmonė bendradarbiauja su užsienio partneriais ir klientais, informacijos ieška dažnai vykdoma užsienio kalba, tačiau 31,9 proc. darbuotojų nurodė, kad jiems retai kliudo kalbos barjeras, tik 3,2 proc. nurodė, kad jiems ši kliūtis būna labai dažnai. Daugeliui ieškant informacijos prašymas pagalbos gali būti kliūtis, 31,4 proc. darbuotojų nurodė, kad tai būna labai retai, 7 proc. su tuo susiduria dažnai. 31,9 proc. teigia, kad retai susiduria su informacijos trūkumu tam tikrais klausimais, labai dažnai tai kliudo 8,6 proc. respondentų. Nepasitikėjimą gaunama informacija kaip kliūtį informacijos ieškai labai retai nurodė 42,7 proc., 2,7 proc. labai dažnai su tuo susiduria. Todėl apibendrinus duomenis, galima daryti išvadą, kad darbuotojų informacinė elgsena padeda sumažinti kliūčių informacijos ieškai apimtį, o esamos kliūtys, trukdančios rasti reikiamos informacijos, gali būti lengvai išsprendžiamos, jei informacinė elgsena bus nuolat ugdoma.

Išvados

Informacijos vadyba yra informacijos valdymo principų taikymas strategiškai naudojant skirtingus išteklius, užtikrinant informacijos kokybę, o jos efektyvumas ir informacijos funkcionavimo sklandumas organizacijose priklauso nuo darbuotojų informacinės elgsenos, kuri apima darbuotojų informacinius poreikius, jų gebėjimą atlikti tikslingą informacijos iešką ir paiešką bei informacijos naudojimą.

Informacinė elgsena gali būti apibrėžiama kaip aktyvi veikla, kai informacijos ieškoma tikslingai, tam skiriant laiko ir pastangų, ir kaip pasyvi elgsena, kai informacija vartotoją pasiekia nededant pastangų, tikslingai ar sąmoningai jos neieškant, nesikreipiant, neišreiškus poreikio arba atsitiktinai. Gamybės įmonėje informacinė elgsena apima visą bendravimo, darbo su informacija ir

sprendimų priėmimo procesą, kaip darbuotojai renka, apdoroja, dalinasi ir naudoja informaciją, įvairias informacines sistemas, sprenddami problemas ir priimdami sprendimus. Informacinės elgsenos elementai yra informacijos poreikių veiksniai, informacijos ieškos būdai, informacijos panaudojimo galimybės bei informacijos kontekstas, kurie veikdami tarpusavyje pagrindžia pagrindinio informacijos naudotojo – vartotojo – informacijos poreikių patenkinimą, tikslingą gautos informacijos panaudojimą tenkinant kognityvinius ir emocinius poreikius. Galima teigti, kad informacinė elgsena priklauso nuo asmens vykdomos veiklos įmonėje, jo vaidmens ir problemos pobūdžio arba užduoties kompleksiskumo. Asmens informacinė elgsena kaip procesas vyksta probleminėse situacijose, kai reikia priimti sprendimus. Tuomet vyksta visi veiklos procesai, kurie apibendrinant vadinami informacine elgsena.

Atlikus empirinį tyrimą išsiaiškinta, kad informacinė elgsena yra sudedamoji šiuolaikinio verslo dalis. Respondentų nuomone, informacija, kaip informacinės elgsenos pagrindas, gamybos įmonėje yra naudinga visose srityse, aiškiausiai jos nauda pasireiškia gaminamos produkcijos srityje, kuriant ir įgyvendinant projektus. Gamybos įmonėje darbuotojai dažniausiai naudojami įmonės duomenų baze ir internetinėmis paieškos sistemomis, tačiau tuo pačiu vis dar susiduria su informacijos ieškos kliūtimis, kylančiomis dėl perteklinės informacijos, kurios tikrumą sunku vertinti arba tam trukdo kalbos barjeras. Remiantis darbuotojų grupių, kuriose jie dirba, duomenimis, didelių informacinės elgsenos skirtumų nepastebėta, esminis skirtumas yra tarp gamybos ir administracijos darbuotojų informacijos dalijimosi ir perdavimo būdų. Gamybos darbuotojai labiau renkasi informacijos dalijimąsi žodiniu būdu asmeninių pokalbių metu. Tai tik įrodo, kad, didėjant informacijos kiekiams, pasirinkti informaciją tampa sudėtinga, todėl ir respondentai sutinka, kad reikalingi papildomi mokymai, informacinės elgsenos kompetencijoms ugdyti.

Literatūra

1. Atkočiūnienė, Z. (2006). Informacijos ir žinių vadyba informacijos ir komunikacijos mokslų sistemoje. *Informacijos mokslai* 37, 22–29.
2. Atkočiūnienė, Z., Janiūnienė, E., Davidavičienė, P., G. (2014). Informacijos valdymo Lietuvos Respublikos ministerijose kritinė analizė. *Informacijos mokslai* 67, 7–25.
3. Atkočiūnienė, Z., Janiūnienė, E. (2013). Informacijos valdymas viešajame sektoriuje: Lietuvos ministerijų atvejis. *Informacijos mokslai* 64, 35–51.
4. Bates, M. J. (2017). *Information Behavior*. Žiūrėta 2024-01-27 internete: https://infocom.hyperlib.sjsu.edu/wp-content/uploads/2019/07/information_behavior_bates.pdf
5. Carmichael, F., Palacios-Marques, D., Gil-Pechuan, I. (2011). How to create information management capabilities through web 2.0. *The Service Industries Journal*, 31(10).
6. Chaffey, D., Wood, S. (2005). *Business information management*. Financial Time Prentice Hall. 662 p.
7. Choo, Ch. W. (2002). *Information management for intelligent organisation: the art of scanning the environment*. Medford: Information today, Inc. 325 p.
8. Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. Žiūrėta 2023-12-27 internete: <https://ekalba.lt/dabartines-lietuviu-kalbos-zodynas/>
9. Dikčius, V. (2011). Anketos sudarymo principai. Žiūrėta 2024-04-05 internete: https://www.evaf.vu.lt/dokumentai/katedros/Rinkodaros_katedra/Medziaga_studentams/Anketos_sudarymo_principai.pdf
10. Greifeneder, E., Schlebbe, K. (2022). How things fit together: a general model of the information behaviour field. Žiūrėta 2024-01-27 internete: <https://informationr.net/ir/27-SpIssue/isic22/isic2228.html>
11. Heinström, J. (2010). *From Fear to Flow: Personality and Information Interaction*. Oxford: Chandos Publishing. 225 p.
12. Järvelin, K., Ingwersen, P. (2004). Information seeking research needs extension towards tasks and technology. *Information research*. Žiūrėta 2024-01-09 internete: <https://informationr.net/ir/10-1/paper212.html>
13. Janiūnienė, E. (2012). Studentų informacinę elgseną motyvuojantys veiksniai. *Informacijos mokslai* 61, 83–92.
14. Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
15. Markevičiūtė, L. (2008). Informacijos vadybos aprėptys ir sąajos. *Informacijos mokslai*. 44, 58–77.
16. Markevičiūtė, L. (2010). Organizacijos informacinės brandos vertinimo modelis. *Informacijos mokslai*. 52, 23–37.
17. Nemitko, S. (2019). *Verslo analitikos informacinių poreikių tenkinimo veiksniai*. Daktaro disertacija. Vilniaus universitetas.
18. Ocepek, M. G. (2018). Bringing out the everyday in everyday information behavior. *Journal of Documentation*, 74(2), 398–411.
19. Reddy, M. C., Jansen, B. J. (2008). A model for understanding collaborative information behavior in context: A Study of two healthcare teams. *Information Processing and Management*. 44, 256–273.

20. Savolainen, R. (2006). Information use as gap-bridging: the viewpoint of sense-making methodology. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 57(8), 1116–1125.
21. Shah, C. (2017). *Social information seeking: Leveraging the wisdom of the crowd*. NY: Springer. Žiūrėta 2024-01-09 internete: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-56756-3_1
22. Skyrius, R. (2013). *Verslo informacija: poreikiai ir tenkinimo keliai*. Vilnius: VU leidykla.
23. Spink, A. (2010). *Information behavior: an evolutionary instinct*. Springer Science & Business Media. 85 p.
24. Tarptautinių žodžių žodynas. Žiūrėta 2023-12-27 internete: <https://www.zodynas.lt/tarptautinis-zodziu-zodynas>
25. Vernickaitė, A. (2016). Parlamento narių informacijos ieškos stiliai: nuo greito naršymo iki gilaus nardymo. *Parlamento studijos*, 20, 64–89.
26. Wilson, M. (1997). *The information edge: successful management using information*. Great Britan: The institut of management. 322 p.
27. Wilson, T. D. (1981). On user studies and information needs. *Journal of documentation*. 37, 3–15.
28. Wilson, T., D., Walsh, C. (1995). *Information Behaviour: An Inter-disciplinary Perspective: A Report to the British Library R & D Department on a Review of the Literature*. 44 p.
29. Wilson, T., D. (2000). Human information behaviour. *Informing science*. Vol. 3, No. 2, 49-55.
30. Wilson, T., D. (2022). Exploring information behaviour: an introduction. Žiūrėta 2023-11-30 internete: <https://online.fliphtml5.com/pwpme/asdc/#p=6>
31. Žukauskienė, R. (2008). *Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimai*. Žiūrėta 2024-04-05 internete: <http://rzukausk.home.mruni.eu/wp-content/uploads/kokybiniai-ir-kiekybiniai-tyrimai1.ppt>

THE INFORMATION BEHAVIOR OF THE EMPLOYEES OF THE MANUFACTURING COMPANY

Summary

The article deals with the analysis of the information behavior of the manufacturing company. The analysis of the scientific literature shows that information behavior is the communication of information by individuals consisting of more than one element of information acquisition and use. The empirical research shows that the employees of the manufacturing company need to develop competence in information behavior. Therefore, it can be said that large amounts and abundance of information are creating new tools faster than company employees learn to work with them, and additional attention should be paid to avoid the resulting lack of information behavioral competencies.

Keywords: *information behavior, manufacturing company, information*