

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА**

Кафедра інформаційних систем управління

**КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО**

**ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

КВНЗ «ВІННИЦЬКА АКАДЕМІЯ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

IV Всеукраїнської наукової студентської конференції

**«Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері»
(Вінниця, 04 квітня 2019 р.)**

**Вінниця
ДонНУ імені Василя Стуса
2019**

*Рекомендовано до друку протоколом засідання вченої ради
факультету математики та інформаційних технологій
(протокол № 9 від 16.05.2019 р.)*

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Г. П. Лукаш, доктор філологічних наук, професор (голова);

О. М. Анісімова, доктор економічних наук, професор (заступник голови);

І. Г. Передерій, доктор історичних наук, доцент;

О. М. Тур, кандидат філологічних наук, доцент;

О. С. Щербіна, кандидат економічних наук;

О. В. Прігунов, старший викладач кафедри інформаційних систем управління.

Голова редакційної колегії: Г. П. Лукаш, професор кафедри інформаційних систем управління, д-р філол. наук, професор.

Відповідальний секретар редакційної колегії: О. С. Щербіна, доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. екон. наук.

З-415 Збірник матеріалів IV Всеукраїнської наукової конференції «Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» за підсумками науково-дослідницької роботи студентів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» / ред. кол. Г. П. Лукаш, О. М. Анісімова, І. Г. Передерій та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. 112 с.

Збірник містить матеріали доповідей студентів, оприлюднені в рамках IV Всеукраїнської наукової конференції «Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері». Матеріали збірника розкривають роль і значення історії та міжнародного досвіду дослідження документознавства та інформаційної діяльності. Подано інформацію про інновації в документознавстві. Розглядаються проблеми документознавства та інформаційної діяльності в сучасному світі.

Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

ЗМІСТ

<i>Артапух Ніна Володимирівна</i> (наук. керівник – канд. пед. наук Яворська Т. М.)	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ІННОВАЦІЙ.....	7
<i>Афанасьєва Анастасія Юріївна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.)	
ІНФОРМАЦІЙНЕ НАПОВНЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ДОШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	9
<i>Барановська Катерина Вікторівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЙНИХ БАЗ ДАНИХ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	11
<i>Безносок Людмила Анатоліївна</i> (наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)	
ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	13
<i>Бойко Юлія Валеріївна</i> (наук. керівник – проф., д-р екон. наук Анісімова О. М.)	
ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ СТОРІНКИ КОМПАНІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ INSTAGRAM ТА FACEBOOK)	15
<i>Вакуленко Юлія Олегівна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПАРСИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	17
<i>Волошина Наталя Борисівна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ	20
<i>Гавриленко Дар'я Олександрівна, Фесенко Валентина Валеріївна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук Саранча В. І.)	
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ.....	22
<i>Головань Анатолій Андрійович</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	23
<i>Гаврилова Вікторія Ігорівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)	
ПЕРВИННО-ОБЛІКОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ У СИСТЕМІ ОБЛІКУ КАДРІВ ПІДПРИЄМСТВА: СКЛАД ТА ПРИЗНАЧЕННЯ	26
<i>Герасимчук Галина Олександрівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
ІНТЕРНЕТ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОКУМЕНТА.....	27
<i>Гораши Інна Анатоліївна</i> (наук. керівник – д-р. філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
ВЕБ-САЙТ ЯК ПОПУЛЯРНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО.....	29
<i>Грабовська Аліса-Анна Олегівна, Данилейко Владислава Євгенівна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Шабуніна В. В.)	
УПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДОКУМЕНТАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВИТИ В УКРАЇНІ	31
<i>Гречин Ірина Володимирівна, Великотрав Людмила Володимирівна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)	
ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНА КОМУНІКАЦІЯ	33

<i>Гуленко Наталія Василівна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЛІТ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	34
<i>Гусятинська Валентина Анатоліївна</i> (наук. керівник – старш. викл. кафедри ІСУ Прігунов В. О.)	
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	36
<i>Дерен Зінаїда В'ячеславівна</i> (наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)	
ЕНЕАЛТН – НАЦІОНАЛЬНА СИСТЕМА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	38
<i>Дідур Ірина Павлівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОГРАФІЇ ДЛЯ БЕЗПЕКИ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	40
<i>Драчук Юлія Анатоліївна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
УДОСКОНАЛЕННЯ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ	42
<i>Дядькович Марія Олександрівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
ОРГАНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ	44
<i>Зарудняк Вікторія Ігорівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АРХІВІ.....	46
<i>Жмілько Євгеній Васильович</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.)	
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ (НА МАТЕРІАЛАХ СЕМЕНІВСЬКОГО РАЙОНОГО БУДИНКУ ДИТЯЧОЇ ТА ЮНАЦЬКОЇ ТВОРЧОСТІ).....	48
<i>Зеленська Оксана Миколаївна</i> (наук. керівник – д-р іст. наук, доцент Передерій І. Г.)	
ПРОБЛЕМА ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОФОРІЄНТАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	50
<i>Калашнікова Світлана Романівна</i> (наук. керівник – канд. філос. наук, доцент Вощенко В. Ю.)	
АВТОМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМИ З ОРЕНДИ АВТОМОБІЛІВ (НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «АВТОДІМ ПОЛТАВА»).....	52
<i>Квасюк Аліна Миколаївна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	53
<i>Келип Соломія Ігорівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)	
ОСОБЛИВСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДОКУМЕНТООБІГУ І ДІЛОВОДСТВА У ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ УКРАЇНИ.....	55
<i>Крисько Наталія Миколаївна</i> (наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)	
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ	57
<i>Кручиненко Аліна Олександрівна, Чигирин Каріна Віталіївна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ В РАМКАХ МАСОВОГО СУСПІЛЬСТВА.....	60

<i>Левчук Вероніка Сергіївна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)	
ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ПИТАННЯ	62
<i>Липова Святослава Василівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ ВІРТУАЛЬНОГО ОФІСУ	64
<i>Люльчак Світлана Юріївна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ У 2015 РОЦІ	66
<i>Мазуркевич Таїсія Леонідівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ВІЗИТНА КАРТКА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	68
<i>Мізецький Андрій Валерійович</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ВИКОРИСТАННЯ PLM-СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ	69
<i>Никончук Сніжана Володимирівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ЕКСПЕРТИЗА ЦІННОСТІ ДОКУМЕНТІВ В РОБОТІ З КОМПЛЕКТУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ	71
<i>Павлюк Юлія Сергіївна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ З ІНФОРМАЦІЄЮ КОНТАКТ-ЦЕНТРУ	74
<i>Рибак Іванна Іванівна</i> (наук. керівник – канд. пед. наук, доцент Яворська Т. М.)	
БІБЛІОБУС ЯК НОВА АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ТРАДИЦІЙНИХ БІБЛІОТЕК.....	76
<i>Свірська Вікторія Олегівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
ПОНЯТТЯ ЗНИЩЕННЯ ДОКУМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЯ	77
<i>Семик Марина Василівна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСЛУГ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦІЇ.....	79
<i>Стецюк Дмитро Андрійович</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
АНАЛІЗ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ	81
<i>Срібна Аліна Олегівна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Мізіна О. І.)	
АВТОМАТИЗАЦІЯ КАДРОВОГО ОБЛІКУ ПРОГРАМНИМИ ЗАСОБАМИ НА КП ПОР «ПОЛТАВАВОДОКАНАЛ»	83
<i>Таєнчук Марина Василівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
РОЛЬ БІБЛІОТЕЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КНИГОВИДАЧІ І ОБЕРТАНОСТІ ФОНДУ	85
<i>Твердохліб Анастасія Олександрівна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ.....	87
<i>Трофимчук Галина Вікторівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ У ГРОМАДСЬКИХ ВЕТЕРАНСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	89
<i>Тур Анастасія Анатоліївна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)	
ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ	91

<i>Хавтурко Анастасія Олегівна</i> (наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)	
СПЕЦИФІКА ЗБЕРІГАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	93
<i>Хачатурян Інга Володимирівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
КРАЄЗНАВЧА РОБОТА ВІДДІЛУ КРАЄЗНАВСТВА ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ІМ. К. А. ТІМІРЯЗЄВА	94
<i>Черняк Дар'я Олександрівна</i> (наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)	
КОВОРКІНГ ЯК МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ	97
<i>Чуйченко Карина Русланівна</i> (наук. керівник – канд. наук із соц. ком., ст. викладач Вдовіна О. О.)	
ЕЛЕКТРОННИЙ КАДРОВИЙ ДОКУМЕНТООБІГ: ОГЛЯД ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ	98
<i>Чуйченко Карина Русланівна</i> (наук. керівник – канд. наук із соц. ком., ст. Викладач Вдовіна О. О.)	
ОРГАНІЗАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В КАДРОВИХ СЛУЖБАХ	100
<i>Швець Вікторія Володимирівна</i> (наук. керівник - канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)	
КЛАСИФІКАЦІЙНА ХАРАКТЕРИСТИКА КАДРОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО- ДОКУМЕНТАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ.....	102
<i>Шевчук Олеся Сергіївна</i> (наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)	
МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ БІБЛІОТЕЧНОГО ФОНДУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ.....	104
<i>Шумейко Анжела Олександрівна</i> (наук. керівник – канд. філол. наук Гаращенко Л. Б.)	
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ АРХІВНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	106
<i>Щусь Надія Василівна</i> (наук. керівник – канд. пед. наук Яворська Т. М.)	
МЕДІА- ТА ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА І ПУБЛІЧНА БІБЛІОТЕКА: ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАННЯ.....	108

Артанух Ніна Володимирівна
(*наук. керівник – канд. пед. наук Яворська Т. М.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ІННОВАЦІЙ

Інформаційне суспільство спонукає до системних перетворень в усіх сферах суспільного життя, зокрема і в бібліотечній. Сучасна бібліотека покликана розуміти поточні та прогнозувати перспективні інформаційні потреби користувачів, створювати нові послуги, запроваджувати якісно нові сервіси, активно вивчати та використовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології, впроваджувати їх у бібліотечну практику.

В епоху цифрового середовища бібліотекам необхідно адаптуватися, комбінувати (синтезувати) традиційні цінності та нові реалії – інновації.

Термін «інновація» активно почав використовуватися не так давно, хоча це поняття було введено в науковий обіг ще в 30-ті роки ХХ ст. австрійським економістом І. Шумпетером. Слово «innovation» (у перекладі з англійської – «нововведення», «новаторство») розуміють як використання нововведень, новаторства у вигляді нових технологій, видів продукції, послуг, форм організації виробництва і праці, обслуговування та управління.

Нині у процесі реалізації інновацій у діяльності бібліотечних установ формується нова модель розвитку бібліотек. Виокремилась наукова галузь – «бібліотечна інноватика», основним завданням якої є пошук ефективних методик та інструментів використання інновацій для оновлення й удосконалення діяльності книгозбірень. Відповідно, бібліотечна інновація – це оригінальна нестандартна ідея, методика, проект, що виходить за межі існуючих канонів і традиційних форм та відображає новий підхід до змісту й організації бібліотечного обслуговування, технології управління закладу.

Сучасні вітчизняні науковці в галузі бібліотекознавства широко охоплюють своїми дослідженнями та науковими працями весь спектр інноваційних змін, які відбуваються у бібліотеках. Ґрунтовними роботами у цій сфері вважаються роботи О. В. Воскобойнікової-Гузеєвої, В. В. Загуменної, І. О. Шевченко, Я. О. Хіміч, І. С. Пілко, О. В. Башун та ін. Саме тому комплексне вивчення усіх аспектів бібліотечної діяльності у своєму історичному розвитку та на сучасному етапі, а також напрацювання і визначення найбільш доцільної та перспективної стратегії інноваційного розвитку є необхідною умовою ефективного функціонування бібліотечного інституту [1, с. 11].

Бібліотекознавці по-різному тлумачать поняття інновацій та пропонують різні підходи до інноваційної класифікації, але їх характеристики дуже близькі за своїм змістом [2]. Залежно від об'єкта інновацій виділяють продуктні та сервісні, техніко-технологічні, організаційні, структурні, соціальні-економічні, управлінські інновації. За ступенем, рівнем новизни – радикальні, базисні та модифіковані, видозмінені інновації.

За Бібліотечною енциклопедією, «інновація» означає «оригінальна ідея», що виходить за межі існуючих канонів, традиційних форм, методик, або «проект, який відображає новий підхід до змісту та організації бібліотечного обслуговування, технологій чи управління бібліотекою» [3].

О. О. Ісаєнко бібліотечну інновацію розуміє як результат творчої, науково-дослідницької чи практичної діяльності бібліотечних фахівців, який виражається у створенні принципово нових чи вдосконаленні вже існуючих принципів, методів, інструментів, засобів, ресурсів, механізмів, технологій, продуктів праці, видів і форм обслуговування користувачів, при впровадженні яких підвищується продуктивність, зростає ефективність, покращуються властивості, характеристики чи показники відповідної ділянки чи напряму роботи бібліотеки [4].

Сучасний користувач бібліотеки – комунікативний, має високий рівень інформаційної культури, вміє сприймати значні обсяги інформації та використовувати їх у подальшому. Тому

головною метою інновацій, які упроваджуються у практику роботи книгозбірень, є підвищення якості обслуговування користувачів, запровадження нових послуг та сервісів, створення комфортних умов для більш повного задоволення читацьких запитів.

Реалізуючи концепцію інформаційного суспільства, бібліотеки зберігають, опрацьовують, поширюють інформацію на традиційних і електронних носіях, займаючи ключову позицію серед постачальників інформаційних послуг. Важливими векторами розвитку інноваційних процесів у бібліотеці є формування інформаційного поля, створення вільного, швидкого доступу до інформації, забезпечення якісного та оперативного бібліографічно-інформаційного обслуговування [5, с. 10].

Бібліотечна інноватика полягає у володінні значними й різноманітними інформаційними ресурсами та засобами інформаційної взаємодії, наданні нових послуг та сервісів користувачам. Створення віртуального бібліотечного простору – це прояв поваги до користувачів та їх вибору, оскільки передбачає забезпечення максимального комфорту для відвідувачів при радикальному розширенні форм обслуговування, а якісно нова організація приміщень спонукає до роботи з різними видами інформації і сприяє її ефективності.

Серед інновацій, що входять в реалії сьогодення публічних бібліотек, можна назвати:

1. Можливість для користувача знаходити бажану інформацію з найбільшою повнотою і точністю при найменших затратах зусиль і часу в усьому інформаційному просторі.

2. Можливість швидко й ефективно робити пошук за різноманітними пошуковими елементами в електронному каталозі. Електронний каталог як головний атрибут автоматизації бібліотеки вносить у систему обслуговування не тільки високу інформативність, ефективність пошуку інформації, але й оперативне надання необхідної документальної інформації.

3. Можливість самостійно переглянути свій електронний формуляр, зробити уточнення щодо видань, термінів повернення, віртуально замовити необхідні документи.

4. Швидка технологія отримання видання із фондів читальних залів та абонементів.

5. Електронна доставка документів.

6. Сканування текстів та документів, запис інформації на диск або флеш-носії, набір та друк необхідних текстів, ксерокопіювання.

7. Доступ до електронних повнотекстових баз даних надає можливість користувачеві переглянути, зберегти необхідну інформацію на диск або флеш носії, роздрукувати.

8. Можливість працювати користувачам у мережі Інтернет, використання електронної пошти, WEB-сторінок різних бібліотек, соціальних мереж телеконференцій, віртуальних довідок тощо.

Інноваційна політика інтегрує процеси модернізації й інформатизації бібліотечної діяльності, створює умови та форми входження бібліотек до єдиного інформаційного простору, сприяє визначенню ролі та місця бібліотек України як суб'єктів інформаційного ринку, складової частини інформаційної інфраструктури суспільства, і дає змогу сформувати стратегічне бачення сутності процесів розвитку бібліотек в інформаційному суспільстві та їх трансформацій під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів [6].

Для успішного впровадження інновацій у діяльність бібліотек необхідно забезпечити підтримку вищого керівництва бібліотеки, мати вдалу організаційну структуру, дослідницький потенціал, наявність сильного організатора, орієнтацію розробників новацій на потреби користувачів як найвищий критерій успіху.

Отже, бібліотечна інновація є цілеспрямованою новою зміною, що призводить до корисних для суспільства результатів. Інновації в бібліотеках – важливий крок до розбудови інформаційного суспільства, яке базується на знаннях.

Список використаних джерел:

1. Дворкина М. Я. Инновационная деятельность в структуре библиотечной деятельности. *Румянцевские чтения: матер. междунар. конф. 13–16 апр. «Инновационные технологии и многообразие культур»*. Москва: Пашков дом, 2004. С. 65–68.

2. Хімич Я. О. Інноваційні зміни в бібліотеці на основі проектного, кадрового менеджменту та ініціативної діяльності бібліотек: посіб. Київ: Самміт-Книга, 2010. 65 с.
3. Библиотечная энциклопедия. Рос. Гос. б-ка. М.: Пашков Дом, 2007. С. 409.
4. Ісаєнко О. О. Розвиток інноваційних бібліотечних технологій інформаційного обслуговування в Україні (1980–2007 рр.): автореф. дис. канд. іст. наук.; Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. Київ, 2009. С. 10.
5. Арсеєнко Т. І. Світові наукові інформаційні ресурси у забезпеченні інформаційно-знанцевих потреб користувачів наукової бібліотеки: наук.-метод. вид. НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2016. 167 с.
6. Давидова І. О. Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві: дис. д-ра наук з соціальних комунікацій; Харк. держ. акад. культури. Харків, 2008. 51 с.



Афанасьєва Анастасія Юрїївна

(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка м. Полтава

ІНФОРМАЦІЙНЕ НАПОВНЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ДОШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

В умовах масової комп'ютеризації та інформатизації усіх сфер життя та інтеграції України до світового інформаційно-освітнього простору важливого значення набуває ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій у галузі освіти.

У Законі України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» зазначається, що «реформування системи освіти в Україні є пріоритетним завданням держави і передбачає якісні зміни на базі інформаційних технологій» [2]. Прикладом впровадження у діяльність навчального закладу технологій, що забезпечують та підтримують інформаційні процеси, тобто пошук, збір, передачу, збереження, накопичення, тиражування інформації та процедури доступу до неї, є веб-сайт дошкільного навчального закладу (ДНЗ).

Порядок функціонування веб-сайтів дошкільних закладів чітко не регламентовано. Свої сторінки в інтернеті ці організації створюють із власної ініціативи чи за розпорядженням органу управління освітою.

На локальному рівні у кожному окремому навчальному закладі вимоги до інформаційного ресурсу освітньої установи, особливостей створення, супроводу та наповнення веб-сайту, структури інформаційних матеріалів зазвичай визначають внутрішнім нормативним актом. Окрім положення, функціонування сайту регламентується чинним законодавством та наказом завідувача; адміністратора (редактора) веб-сайту призначає керівник навчального закладу.

Перш ніж створювати офіційний веб-сайт навчального закладу в мережі Інтернет, необхідно визначити його тип, враховуючи мету цього ресурсу. Виділяють два типи веб-сайтів:

1. **Сайт-візитка.** Метою є надання довідкової (недеталізованої) інформації про дитячий навчальний заклад, а у ролі адміністратора (редактора) може бути методист, діловод (секретар) або вихователі.

2. **Корпоративний сайт.** Мета – підвищення іміджу та представництво ДНЗ. Сайт є потужним інструментом взаємодії з батьками, педагогічним колективом, громадськістю, іншими закладами, органами місцевого самоврядування, ЗМІ, іншими зацікавленими особами. Очолує цей веб-сайт системний адміністратор або контент-менеджер.

Обов'язки працівників дитячого навчального закладу у роботі з веб-сайтом можна розподілити так:

1. **Адміністрація ДНЗ** – призначення відповідальних за адміністрування сайту, збір і надання інформації за кожним розділом сайту, зміст контенту і своєчасність його оновлення, затвердження контент-плану сайту.

2. **Адміністратор (редактор)** – безперебійна робота і програмно-технічна підтримка, дотримання базової концепції сайту, консультування щодо вимог до інформації та концептуальних нюансів, контроль за дотриманням користувачами правил ресурсу, моніторинг потреб відвідувачів сайту та експлуатація інформаційного ресурсу.

3. **Інші посадові особи** – збір, обробка, систематизація та надання необхідної інформації за конкретним розділом сайту, своєчасне подання інформації адміністратору.

Інформаційний ресурс сайту формується відповідно до діяльності всіх структурних підрозділів ДНЗ, вихованців, батьків, ділових партнерів та інших зацікавлених осіб.

Загалом інформаційне наповнення сайту (англ. *content* – вміст) – це інформація чи досвід, який направлений на кінцевих користувачів чи аудиторію, яку розробник складає самостійно або копіює із дотриманням чинного законодавства [1].

Інформація, розміщена на сайті дитячого навчального закладу, є відкритою і загальнодоступною. Права на всі інформаційні матеріали, розташовані на сайті, належать освітній установі, тому повне або часткове копіювання будь-яких матеріалів сайту, цитування, публікація їх анотованих оглядів допускаються лише з письмового дозволу редакції сайту, весь контент охороняється законом про авторське право, оскільки є продуктом інтелектуальної праці.

Контент містить:

1. Тексти (статті, новини, нотатки).
2. Графіки (зображення, фото, елементи інтерфейсу).
3. Мультимедіа (аудіо- та відеофайли).
4. Файли у форматі Adobe, Excel, Word, Power Point, exe, rar.

Особливо важливою для користувача є актуальність контенту, його значущість на цей час і достовірність даних, а також відповідність контенту поставленим цілям.

Серед текстів виокремлюють копірайтинг, рерайтинг та копіпаст. Коротко характеризуємо кожен із цих текстів. Копірайтинг – це авторський унікальний матеріал, що ґрунтується на особистому досвіді автора (у нашому випадку – керівника ДНЗ, вихователя, психолога), його знаннях. На сайті копірайтинг презентовано у вигляді порад методиста, психолога, медичного персоналу для батьків (інформаційних бюлетнів), статей та новин про ДНЗ. У випадку рерайтингу дані беруться з різних джерел, обробляються, переписуються. Текст у цьому разі є унікальним, але дані, використані для написання, уже десь було використано. Як приклад – наукова стаття, конспект занять або сценарій свят, методичний посібник. Останній вид – копіпаст, тобто плагіат – скопійований текст із джерела без змін або з мінімальною корекцією.

Як відомо, відео-контент – це зміст сайту, представлений у відеоформаті. За призначенням відеоконтент буває:

1. **Іміджевий.** Формує необхідне ставлення батьків до дитсадка, породжує певні емоції. Це можуть бути приклади успіху вихованців, відгуки інших батьків.

2. **Презентаційний.** Завдання відеороликів – візуально продемонструвати майбутнім клієнтам переваги відвідування саме цього ДНЗ, користь для їхньої дитини. Приклад такого ролика – віртуальна екскурсія навчальним закладом.

3. **Навчальний.** Це відео вчить споживача конкретних дій, показує наслідки дій, розповідає, як треба поводитись у різних ситуаціях. Здебільшого цей вид відео-контенту призначений для обміну досвідом між методистами та вихователями різних ДНЗ, проте можна використовувати його як відеощоденник із порадами для молодих батьків.

4. **Соціальний.** У такому відео демонструється проблема і шляхи її розв'язання. Як приклад – соціалізація дитини, підготовка до відвідування ДНЗ, а у подальшому й школи, боротьба зі страхами тощо. Багато батьків стикається з подібними проблемами у дітей, тому доцільно надати професіональні поради від методиста та практичного дитячого психолога.

Найбільш популярним відеоконтентом є відеоролики. Вони поділяються на кілька видів, наприклад, можуть бути простими і постановочними, із закадровим озвученням чи музикою.

На сайті також можна розмістити презентацію, що створена зі слайдів. Сучасні технології дають змогу додати до неї оригінальні спецефекти, музику або голосове озвучення, тому при належному креативі вийде гідний ролик. Найчастіше у вигляді презентацій оформлюють матеріали до семінару-практикуму, засідання школи педагогічної майстерності, методоб'єднання, а також матеріали для занять, оскільки це зручний та ефективний спосіб представлення інформації, що поєднує в собі динаміку, звук і зображення, тобто ті чинники, які найдовше утримують увагу дитини.

Правильно підібрані графічні файли здатні пожвавити текст, дають змогу проілюструвати слова, продемонструвати наочні приклади і просто привертають увагу аудиторії.

На веб-сайті актуально створювати фото- та відеозвіти заходів, що були проведені у ДНЗ. Найчастіше це різноманітні розваги, свята, театралізовані вистави, заняття, проведені за новітніми педагогічними методиками, а також педагогічні майстер-класи.

Отже, сучасні інформаційні технології широко використовуються у діяльності дошкільних навчальних закладів. Інформаційні та телекомунікаційні технології впевнено входять в усі сфери діяльності. Від якості розробки веб-сайту багато в чому залежить динаміка розвитку дошкільного навчального закладу.

Список використаних джерел:

1. Задорожна Н. Т. Методика і технологія керування інформаційним наповненням освітніх сайтів. *Інформаційні технології і засоби навчання: електронне наукове фахове видання*. 2008. №3 (7). URL: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/ITZN/em7/emg.html>. (дата звернення: 18.03.2019).
2. Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації». *Офіційний вісник України*. 1998. № 10. С. 15–17.
3. Положення про сайт дошкільного навчального закладу. URL: <https://pandia.ru/text/79/526/30192.php> (дата звернення: 18. 03. 2019).



Барановська Катерина Вікторівна

(*наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.*)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЙНИХ БАЗ ДАНИХ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Зміна історичних епох, поява новітніх винаходів (парова машина, досягнення в галузі електроенергії, нові уявлення в галузі хімії і фізики, швидке поширення цифрових технологій) у теорії Деніела Белла отримали назву науково-технологічна революція. Подібно до конвеєрного виробництва і як наслідок підвищення продуктивності праці, поява суспільства споживання й цифровізація життя породжує потокове виробництво інформації. Зберігання і поширення інформації в сучасних процесах технологічного оновлення носіїв її зберігання стало важливим викликом для сучасного бізнес-середовища. Термін «інформаційні бази даних» дає повне уявлення про специфіку та проблемне поле роботи в системі сучасної організації роботи з інформацією. Так, інформаційні бази даних – це групи взаємопов'язаних задокументованих одиниць інформації, які об'єднані в автоматизованих інформаційних системах за певними

ознаками, описують відносини та фінансово-майновий стан суб'єктів підприємницької діяльності і фізичних осіб. Така інформація належить до інформації з обмеженим доступом і має конфіденційний характер.

Цифровізація інформаційних ресурсів, що спричинила парадигмальні зрушення свідомості людини, її мислення, зовнішніх і внутрішніх соціальних контактів, потребує інакше сприймати світ і процеси, які відбуваються в ньому. Процеси зміни старих і актуалізації нових каналів інформації найактивніше сприймаються новим поколінням. На думку Л. Ковальської, цифровізація є інструментом змінення інформаційного простору соціуму [1].

Розвиток цифрових технологій породжує віртуалізацію руху інформації в суспільстві, яка утворюється в соціальному просторі й має еволюційне поширення серед користувачів. Він залежить від готовності представників економічної та інформаційної сфери суспільства до таких еволюційних процесів. Віртуальна реальність комерціалізується, більшої затребуваності набувають онлайн-моделі, відбувається інтеграція інформаційних баз даних державного та приватного сектору. За допомогою мережі Internet будь-яка інформація стає доступною тут і зараз, онлайн-комунікація змінює цінність факту людського спілкування. Бути осторонь цих процесів не зможе жодна бізнес-структура українського суспільства.

У період цифрової епохи все трансформується у цифри для передачі комп'ютерними мережами у вигляді потоків даних. Система Internet стала вагомим і доступним каналом отримання інформації, а онлайн-електронні ресурси зроблять паперовий рух документованої інформації незатребуваними. Цифрова економіка забезпечить набагато вищу продуктивність праці при одночасному різкому зниженні трудовитрат. На думку В. Степанова, цифрова система комунікацій витісняє традиційні інформаційні ресурси з суспільного виробництва, і майбутнє бачиться не в консервації вчорашніх підходів, а в орієнтації на реалії сьогодення та завтрашнього життя [2].

Інформаційна доба розвитку світового суспільства генерує нові формати духовного розвитку людини, оформлені у відповідні запити на конкретні види інформації. Цифровізація, з одного боку, сприяє збільшенню ефективності функціональних елементів соціуму, а з іншого, сприяє ускладненню процесів суспільного організму. Трансформація життя людей проявляється появою нових сегментів соціальної взаємодії, розвитком інформаційних баз і ускладненням зв'язків між їх складниками.

Суспільні перетворення новітньої доби формують запити на розширене виробництво інформації, підвищення ефективності використання та безпеки її наявних запасів. В цих інформаційних потоках важливе значення мають консолідовані клієнтські бази даних великих компаній. Але сучасні трансформації і зростання швидкості циркуляції інформації в соціумі, виробництво зростаючих масивів нової інформації, необхідність оперативної обробки наявних інформаційних ресурсів зумовлюють застосування у задоволенні суспільних потреб безпечних електронних технологій.

Завданням впровадження систем захисту електронної інформації є досягнення максимальної ефективності захисту за рахунок використання всіх необхідних ресурсів, методів і засобів, що виключають несанкціонований доступ до інформації, а також формування правил роботи з інформацією, встановлених українським законодавством у галузі захисту інформації (ЗУ «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про доступ до публічної інформації», «Про захист персональних даних») [3].

Для побудови надійного захисту необхідним є залучення фахівців із профільними знаннями вже на етапі складання політики безпеки і визначення актуальних загроз. Цикл впровадження технічних заходів має спиратися на наведені вище норми українського законодавства і рекомендації відповідних державних органів безпеки. Запрошені спеціалісти із захисту мають орієнтуватися в мережевих загрозах, гарантувати конфіденційність і забезпечувати безвідмовність зв'язку. Якщо йдеться про представників великого бізнесу, доцільним є створення відділів безпеки інформації, виконання умов державного регулятора, а потім розпочинати самостійне будівництво системи забезпечення захисту електронних персональних даних працівників і клієнтів.

Довгий час методи захисту інформації розроблялися тільки державними органами, а їх впровадження розглядалося як виняткове право певної держави. Проте нині збільшилися спроби несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, а проблеми захисту інформації виявилися в центрі уваги багатьох вчених і спеціалістів різних країн. На створення ефективного захисту інформації і від зовнішніх, і від внутрішніх загроз направлено створення системи захисту електронної інформації в автоматизованих системах підприємств, установ та організацій. Систему захисту електронної інформації необхідно розуміти як сукупність організаційних та інженерно-технічних заходів, які спрямовані на забезпечення захисту інформації від розголошення, витоку й несанкціонованого доступу. Система захисту електронної інформації має містити організаційний та технічний складники. До організаційних заходів належать побудова правил роботи з інформацією, закріплені у посадових інструкціях користувачів службових програм, порядок адміністрування інформаційної системи і ідентифікації користувачів тощо. Заходи технічного складника складають сукупність спеціальних технічних засобів та їх використання для захисту інформації [3].

У підсумку необхідно наголосити на тому, що в умовах цифровізації інформаційної сфери заслуговує уваги розвиток теоретичних уявлень і практичних напрацювань у напрямі вдосконалення універсальних принципів використання та захисту всіх видів інформації бізнес-середовища. Завдяки інтерактивності цифрового простору з'являються широкі можливості для реалізації інноваційних моделей функціонування бізнес-установ, але така відкритість інформації вимагає побудови надійної системи її захисту. Новітні соціальні технології демонструють інтереси суспільства, а руйнування традиційних механізмів передачі інформації підвищує динамічність використання електронного контенту та створення безпечної діалогової взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Kovalska L. Information technologies as the newest social paradigm of the life of youth. International journal of new economics and social sciences. Warsaw, 2018. Vol. 7, №. 1. P. 335–347.
2. Степанов В. К. Манифест библиотек цифровой эпохи. М., 2014. URL: www.calameo.com/read/0034547383b7da70af379 (дата обращения: 01.04.2019).
3. Захист інформаційних систем – важливе завдання сьогодення. ВААС. Вінниця, 2016. URL: <http://www.vaas.gov.ua/news/zaxist-informacijnix-sistem-vazhlive-zavdannya-sogodennya/> (дата звернення: 01.04.2019).



Безносюк Людмила Анатоліївна

(наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

В умовах сучасного суспільства люди більшу частину свого часу проводять у соціальних мережах, використовуючи їх не лише для спілкування один з одним, а й як можливість проведення маркетингової діяльності у будь-якій галузі.

Так, бурхливий розвиток інформаційного суспільства, глобалізація світової економіки підштовхує сучасні компанії та організації до того, що потрібно більше уваги приділяти інноваційним формам розміщення реклами про свої товари, послуги, роботи. Порівняно з традиційними видами, віртуальні види реклами є набагато ефективнішими внаслідок своєї дешевизни, дають можливість охопити більшу цільову аудиторію та простежити за ефективністю розміщення та розповсюдження реклами тощо.

Сьогодні у світі існує чимало видів соціальних мереж, але найбільш популярними серед населення є Instagram, Facebook, Telegram. Підприємства використовують засоби комунікації для різних цілей: розповсюдження рекламних повідомлень про нові товари чи послуги, підвищення пізнаваності серед споживачів, як засіб внутрішньої комунікації тощо.

Мережа Instagram набуває все більшої популярності, до якої увага українців активно зростає, адже візуалізація для користувачів набуває колосального значення, фото та відеопостинг уже давно посідають перші місця у рейтингах використання контенту [1].

Цей формат добре працює на етапі створення промо-бренду або продукту, адже надає можливість розповісти про всі етапи підготовки, ознайомити з організаторами, процесом виробництва, якщо такий є. Також у Stories можна показати основні етапи впровадження проекту. Для ефективного ведення сторінки в Instagram та просування будь-чого бажано дотримуватися таких принципів роботи: систематична публікація нових матеріалів; чітка тематика акаунту; реклама публікацій на сайті.

Серед український популярних брендів, які досягли успіху, створивши акаунт у мережі Instagram, є Tsukerka. Ця компанія є виробником натуральної косметики з цікавим дизайном, запахом солодощів та органічними компонентами. Завдяки вдалій рекламі ця сторінка мережі є успішною серед аудиторії віком від 19 до 40 років.

Ще одним не менш популярним ресурсом є Facebook. Однією з новинок Facebook є те, що, починаючи з березня 2018 року, в новинній стрічці пости групи чи сторінки, яку ви створили, висвічуються у меншому процентному співвідношенні, ніж пости, які ви створюєте на особистій сторінці. Якщо публікується новина, яка потребує ширшого охоплення, краще скористатись власною сторінкою. При створенні групи у цій мережі потрібно враховувати, що кожному учаснику надаються ролі: адміністратор, редактор, модератор, рекламодавець, аналітик [1].

Telegram є кросплатформенним месенджером, який набуває все більшої популярності в Україні. Багато бізнесів у сфері B2B та B2C переходять у цю мережу. Вона дає змогу обмінюватись інформацією і в текстовому форматі, й аудіо та відео.

Telegram розв'язує три основні задачі:

- * клієнтська підтримка (розв'язання проблем клієнтів за допомогою персоналу чи ботів);
- * розміщення необмеженої кількості файлів та новин;
- * канали, створені для розповсюдження інформації. Їх використовують як блог чи стрічку новин [1].

Отже, соціальні мережі є не лише засобом комунікації, а й можливістю для просування нових товарів за допомогою реклами. Протягом усього часу, що користувач знаходиться в мережі, він перебуває в зоні інформаційного впливу, що мають соціальні мережі, отже, не використовувати таку чудову можливість для просування брендів, товарів або послуг було б для рекламодавців вкрай необачно.

При роботі в цих соціальних мережах та для досягнення найвищих результатів необхідно застосовувати правила, що наведенні на рис. 1.

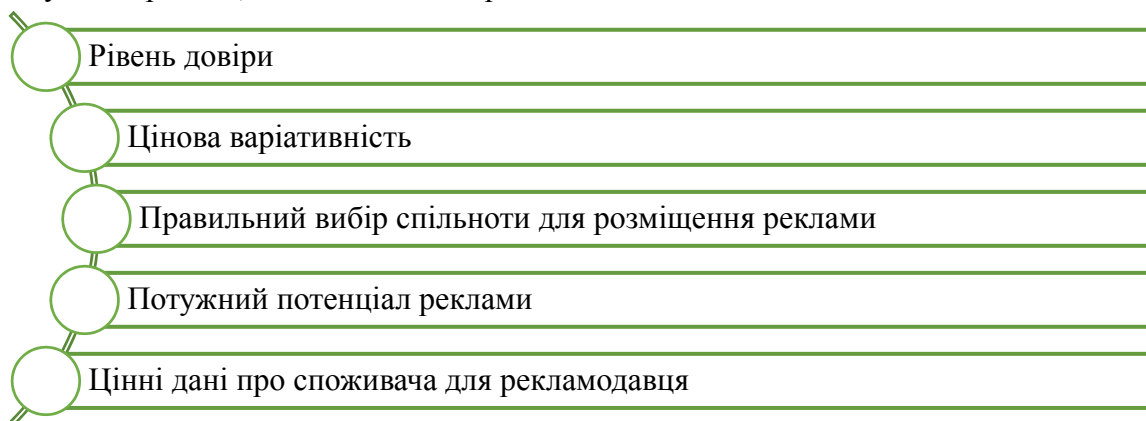


Рисунок 1 – Правила успішного просування реклами в соцмережах

Сьогодні кожен користувач мережі є активним споживачем найрізноманітніших даних. Водночас *рівень довіри* до інформації, отримуваної з соціальних мереж, у користувача зазвичай високий, адже відомості йому надаються з тих джерел, прихильність до яких він підтвердив особисто. Такими джерелами можуть бути друзі користувача, а також спільноти або публічні сторінки, на які користувач підписаний і міг би побачити відповідне рекламне повідомлення.

Можна робити рекламні публікації в популярних спільнотах або на публічних сторінках *безкоштовно або ж платно*. Безкоштовно можливість зробити рекламну публікацію власники спільнот надають рідко [2].

Незалежно від того, є рекламна публікація в соціальних мережах платною чи ні, важливо для розміщення такої публікації *правильно вибрати спільноти*. Адже ефективною може бути та реклама, що розміщена у спільнотах, тематика яких безпосередньо пов'язана з товаром, послугою, брендом.

Також кожен учасник соціальних мереж добровільно вказує *цінні з погляду рекламодавця дані про себе*: вік, стать, сімейний статус, перелік інтересів, уподобань тощо. Завдяки цьому можна дуже гнучко управляти цільовою спрямованістю поширюваної в соціальних мережах реклами, показуючи рекламні оголошення, тільки учасникам з певного регіону або учасникам певного віку тощо.

Реклама в соціальних мережах дає в більшості випадків широке охоплення аудиторії, високу цільову спрямованість і високий відгук, а тому має дуже *потужний потенціал*. Однак, звичайно ж, якщо не використовувати можливості такої реклами правильно, то про жодну ефективність не йтиметься: рекламний бюджет витратиться, а очікуваного зростання інтересу користувачів до товару, бренду, послуги, що просувається, так і не відбудеться [2].

Отже, в умовах сучасного суспільства розміщення реклами про товари чи послуги в соціальних мережах стає буденною справою. Для ефективного використання такого маркетингового елемента насамперед необхідно визначити, гарно проаналізувавши, цільову аудиторію, її потреби та бажання, обрати відповідний месенджер, що відповідатиме всім вимогам рекламодавця, та розмістити яскраве оголошення, що приваблюватиме нових клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Соцмережі як головний інструмент маркетингу для компаній. URL: <https://nachasi.com/2018/08/26/smm-top-instrument/>
2. Реклама в соціальних мережах: основні особливості. URL: <http://webstudio2u.net/ua/internet-ad/757-reklama-v-sotsialnykh-setyakh.html>



Бойко Юлія Валеріївна

(*наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.*)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ СТОРІНКИ КОМПАНІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ INSTAGRAM ТА FACEBOOK)

На початковій стадії створення сторінки компанії у соціальних мережах необхідно усвідомлювати ціль її створення. Насамперед рекомендовано розписати задачі, які потрібно розв'язати. Вони можуть мати такий вигляд:

- інформування потенційних та існуючих клієнтів про продукцію / послуги, які ви надаєте;
- отримання зворотного зв'язку від клієнтів;
- пошук співробітників, створення кадрового резерву;

- збільшення кількості відвідуваності сайту;
- брендинг, розкрутка бренду.

Кожна компанія ставить перед собою свої задачі, відповідно й списки у кожної з них будуть різні.

Наступним кроком необхідно визначитись, які соціальні мережі потрібні. Проаналізувати наявність сторінки в соціальних мережах ваших конкурентів, чи має вона активний статус. На початковій стадії варто спробувати всі площадки, аби зрозуміти їх переваги. Можливо, від деяких надалі ви відмовитесь.

Весь комплекс заходів, що здійснює компанія щодо використання соціальних мереж як каналів для просування товарів, послуг та ін. є частиною поняття маркетингу в соціальних мережах, або *SMM (social media marketing)*. Він з'явився пізніше за розкрутку сайтів (*SEO – search engine optimization*) у пошукових системах і є його відгалуженням. Точну дату назвати неможливо, але її можна пов'язати з початком роботи перших соціальних мереж.

Після створення сторінки необхідно здійснювати постійний аналіз та оновлення її до вимог сучасного оформлення, відповідаючи на питання «Що є уже зараз? Що можна змінити?» Усі подальші кроки ведення сторінки компанії у своїй роботі розглядатиму на прикладі Instagram та Facebook.

Після вибору платформи потрібно враховувати особливості формування стрічки новин. У випадку Instagram вона формується за такими факторами:

- новизна (алгоритм появи публікацій не має хронологічного порядку, навіть самі працівники не можуть точно пояснити, як відбувається формування стрічки новин);
- актуальність (чим більше людей відреагувало та переглянуло публікацію, тим більше шансів у вас);
- взаємодія (реакція підписників на ваші новини);
- періодичність (частота публікування новин);
- підписки (видаватимуться новини людей, на сторінки яких ви найбільше реагуватимете).

Facebook формує новини за дещо зміненими пріоритетами, а саме:

- сім'я, друзі;
- місцеві новини;
- локальність.

Не пріоритетними є такі новини:

- глобальні;
- бренди, бізнес.

У стрічці новин сторінка вашої компанії у соціальних мережах конкуруватиме не лише з вашими безпосередніми конкурентами, але й з особистими акаунтами людей, які не займаються підприємницькою діяльністю. Цільова аудиторія розраховується з урахуванням віку користувачів, на яких буде направлена інформація, географічних меж та інтересів, які є у ваших майбутніх підписників.

Наступним кроком є формування контент-плану. Періодичність викладення постів та інформативність – річ індивідуальна, оскільки вона напряму залежить від вашої аудиторії. При бажанні викладати якомога більше публікацій у день і при наявності цільової аудиторії дорослих, зайнятих та багатих підприємців варто врахувати той факт, що в такому разі їм просто не вистачатиме часу на прочитання усіх постів. В середньому потрібно дві-три публікації, аби зачепити читачів. Формування плану здійснюється в індивідуальному порядку. Зручніше створювати його на місяць, враховуючи сезонність та популярність минулих публікацій.

До посту входить візуальний контент та текст. Візуальний контент розуміють як зображення чи відео, які приєднуються до тексту. Вони мають бути якісними, відповідати обраній кольоровій гаммі сторінки чи стилістично поєднані. До тексту ставляться вимоги грамотності. З нього видаляється весь зайвий текст, не вживаються вставні конструкції: отже, принаймні, власне кажучи, повторюю, сподіваюсь тощо. Використовується велика кількість фактів та

цифр, викреслюються суб'єктивні оцінки, що не мають ніякого сенсу: наш захід відвідало чимало людей, усі були задоволені, все пройшло чудово і т. д. Видаляються «стоп-слова»: це, але деякі, не тільки тощо та вузькоспеціалізовані терміни. Не вживаються аббревіатури. Це теж пов'язано з розумінням тексту: ваші читачі можуть не знати розшифрування тієї чи іншої аббревіатури. Важливо структурувати текст, розділивши його на абзаци – це зробить текст візуально більш прийнятним для очей. У Instagram необхідно врахувати той факт, що весь текст, який ви напишете, після публікації зімкнеться в один абзац. У такому разі використовуються спеціальні програми для постів в Instagram або вставляються невидимі пробіли, що надалі закріплять ваші абзаци після публікації. Використання емоджі значно спрощує сприйняття тексту, зменшує його офіційність. При веденні декількох сторінок у соцмережах не варто один і той же текст копіювати та вставляти, адже у кожній з них є свої особливості.

Наступним кроком є просування та розкрутка вашого профілю. Тут можливі і платні, і безкоштовні методи. До безкоштовних можна віднести розкрутку за допомогою хештегів. Вони бувають високочастотними, середньочастотними та низькочастотними. Також це взаємодія з людьми – зі своєю аудиторією і своїми майбутніми підписниками. Платними є послуги купівлі реклами у популярних акаунтів з великим охопленням аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Астахова І. Є. Маркетинг: навч. посіб. / Харківський національний економічний ун-т. Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с.
2. Заборовський В. П. Основи маркетингу / Подільська держ. аграрно-технічна академія. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2002. 153 с.
3. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга. Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. 768 с.



Вакуленко Юлія Олегівна

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПАРСИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Задля пошуку важливої інформації підприємства почали використовувати у своїй діяльності парсинг або метод парсингу.

Парсинг (від англ. parse) – процес аналізу або розбору певного контенту на складники за допомогою роботів-парсерів (спеціальних програм або скриптів).

Найвідоміші парсери в мережі – це пошукові роботи, які аналізують сторінки, зберігають дані аналізу у себе в базі і потім при пошуку видають релевантні та актуальні документи.

Парсинг сайтів є ефективним рішенням для автоматизації збору і зміни інформації, адже ця програма знайде серед тисячі сайтів про фірм-конкурентів потрібну інформацію, відкине зайве, упакує кінцеві дані в необхідному вигляді, і в подальшому зібрані дані будуть потрібною інформацією для її використання підприємством у конкурентному середовищі.

Часто парсинг плутають з грабінгом. Це близькі поняття, але все ж мають різні значення. Граббер дає змогу скачувати інформацію з мережі (html-сторінки, gss-стрічки, xml-документи) у свою базу, а парсер дає можливість виявити з цієї маси корисну інформацію і обробити її залежно від поставлених завдань. У галузі пошукової оптимізації парсинг використовується дуже часто. Усі SEO-інструменти щось парсингують (посилання, ключові слова) і

на основі цього надають корисні дані для аналізу.

За допомогою нього можна оцінити конкурентні позиції виробника на фоні конкурента: частка ринку; темпи зростання обсягу виробництва; якість продукції; конкуренція марки; дистрибуторська мережа; ефективність комунікацій; використання виробничих потужностей; ефективність виробництва; собівартість одиниці продукції; джерела постачання сировини; видатки на дослідження і розвиток; управлінський персонал.

Метод парсингу має кілька етапів для витягнення певної інформації із сайтів:

1. **Збір контенту.** Зазвичай у програму для парсингу завантажується код сторінки сайту, і з ним уже працює спеціальний скрипт – розбиває весь код на лексеми, аналізує, яка інформація потрібна користувачеві.

2. **Витяг інформації.** Користувачеві не потрібна вся інформація зі сторінки; його цікавлять тільки відгуки клієнтів під конкретними товарами з цієї фірми.

3. **Збереження результатів.** Коли вся потрібна інформація витягнута з сайтів, потрібно її зберегти. Зазвичай такі дані оформляють у вигляді таблиць, щоб було наочне уявлення. Можна вносити записи в базу даних, адже так буде зручніше аналізувати інформацію про цю фірму та про ринок її послуг.

Запропонована методика дасть можливість дослідити та проаналізувати сильні та слабкі сторони виробника, його потенціал, ринкові та маркетингові можливості [1].

Маркетингові можливості фірми – це напрям маркетингових зусиль, на якому конкурентна фірма може досягти конкурентної переваги. Насамперед необхідно оцінити, наскільки маркетингова можливість фірми відповідає цілям та ресурсам фірми [2].

Зібрана інформація під час проведення парсингу дає можливість проаналізувати та визначити ринкові можливості та позиції господарюючих суб'єктів на ринку, адже, порівняно з людиною, комп'ютерна програма-парсер:

- 1) швидко обійде тисячі сторінок;
- 2) обережно відокремить технічну інформацію від «людської»;
- 3) безпомилково відбере потрібне і відкине зайве;
- 4) ефективно упакує кінцеві дані в необхідному вигляді.

Цілком закономірно, що володіння інформацією про середовище, ринок, існуючих та потенційних конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони дає можливість попереджати неблагополуччя на ринку, знизити ризик маркетингових заходів, проявляти гнучкість та мобільність у прийнятті управлінських рішень. Окрім цього, виробники, які навіть досягли сильних позицій на ринку, не повинні покладатися на досягнуте, оскільки конкуренція та об'єктивні закони ринку можуть повністю змінити ситуацію [1].

Разом усі показники дадуть можливість визначити конкурентні позиції виробника-конкурента та визначити тактику конкурентної боротьби.

Наприклад, Блог Туезуфл використовує певні інструменти для парсингу в роботі SEO-фахівця: Google Spreadsheet, Netpeak Spider, Web Scraper, Google Spreadsheet + Google Apps Script [5]. Пропонуємо розглянути їх нижче:

1. **Google Spreadsheet.** За допомогою таблиць Google можна витягнути з сайту прості елементи для порівняння і компонування малих обсягів. Це title, description, h1, keywords, заголовки, артикули, ціни, тексти, таблиці даних. Цей безкоштовний інструмент підходить для точкових, малооб'ємних завдань, наприклад, створити файл з відстеженням тексту і заголовків сторінки. **Переваги:** автоматичне оновлення при вході; можна налаштувати автоматичне оновлення за часом (хвилина, година, день); при парсингу даних прямо в таблицю можна здійснювати перетворення даних і відразу ж робити готові звіти, приклади, візуалізації. **Недоліки:** З кожним місяцем все гірше і гірше обробляється функція = *importxml*. Раніше можна було без проблем парсити дані відразу ж для ~ 500 URL-адрес, зараз насилу обробляються 50 URL.

2. **Netpeak Spider** – десктопна програма для сканування сайту, яка спрямована на пошук SEO-помилки і включає можливості парсингу даних з HTML-сторінок. SEO-фахівцю при звичайному скануванні сайту іноді не вистачає даних для аналізу. За допомогою Netpeak Spider можна, наприклад, знайти на сайті сторінки з 404 помилкою, сторінки без тегу Title і додатково спарс-ціни на сторінках товарів. Так можна виявити товари без ціни і далі вже прийняти адекватне рішення – залишити, прибрати, закрити їх для сканування / індексації. Також можна витягнути всі тексти, які розміщені на сторінках, задавши певний CSS-селектор або клас, у рамках якого вони розміщуються. **Переваги:** існує можливість додати готовий список URL для парсингу даних, і зручно просканувати весь сайт; одночасно можна запускати до 15 парсерів з унікальними налаштуваннями; можна відфільтрувати сторінки, на яких не були знайдені шукані дані; показуються всі унікальні входження, їх кількість і довжина; крім парсера даних, отримуємо також інструмент для комплексного SEO-аналізу сайту. **Недоліки:** немає прив'язки по API; немає можливості оновлювати дані за сценарієм.

3. **Web Scraper**, – це безкоштовні браузерні розширення для Chrome. Можна налаштувати план обходу сайтів, тобто задати логіку для переміщення «краулер» і вказати дані, які будуть вилучені. Web Scraper буде проходити через сайт відповідно до налаштування і витягувати відповідні дані. Це дає змогу експортувати витягнуті дані в CSV. **Переваги:** зручний, простий та інтуїтивно зрозумілий інструмент; може отримувати дані з динамічних сторінок, які використовують Javascript і Ajax. **Недоліки:** немає можливості інтеграції з API, тобто для поновлення даних Web Scraper потрібно запускати самостійно і чекати, поки завершиться сканування; також є обмеження в один потік; 2 000 сторінок парс більше години; працює тільки в Chrome.

4. **Google Spreadsheet + Google Apps Script**, – це мова програмування, заснована на JavaScript. Дає змогу створювати нові функції і додатки для роботи з Google Docs, Google Sheets і Google Forms. Налаштувати зв'язок можна безкоштовно. **Переваги:** витративши певний час на налаштування звітів, можна оперативно реагувати на зміни даних. **Недоліки:** потрібно знання мови програмування JavaScript.

Підсумовуючи вищесказане, можна зазначити, що метод парсингу істотно прискорює процес роботи, особливо якщо є ключові слова. Налаштувавши роботу, можна оперативно підібрати необхідні для просування запити, тому що парсер за короткий термін обходить тисячі сторінок, фільтрує представлені дані, відбираючи серед них потрібні, після чого пакує отриманий результат для подальшої обробки. Це дає можливість відстежувати зміни подій на підприємствах, швидко копіювати інформацію з інших сайтів для розміщення на власному ресурсі тощо [3, 4].

Список використаних джерел:

1. Інформатика. Інформаційні системи управління ефективністю бізнесу. URL: stud.com.ua/62300/informatika.
2. Іваниця О. Б., Нікітін Ю. О. Сучасні моделі реструктуризації українських та російських підприємств. Метод парсингу та його використання. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 8. URL: libtomcat.knteu.kiev.ua/library
3. Студопедія. Моніторинг. Прес-кліпінг. URL: studopedia.org/12-95053
4. Маркетинг. Маркетингові комунікації. Дослідження і аналітика у сфері PR. URL: stud.com.ua/67214/marketing/doslidzhennya_analitika_sferi
5. Парсинг. Інструменти для роботи із парсингом. Робота SEO-фахівця із методом парсингу. URL: netpeak.net/ru/blog/instrumenty-dlya-parsinga-v-rabote-seo-spetsialista



Волошина Наталя Борисівна
(*наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ

Характерною рисою суспільного розвитку кінця ХХ століття стало зростання потоків інформації, збільшення кількості інформаційних центрів різної спеціалізації, форми власності, поява і зростання популярності електронних бібліотек, що істотно актуалізувало конкуренцію у сфері інформаційної продукції, а відтак – поставило питання модернізації філософії комунікації бібліотек із користувачем. Йдеться, зокрема, про зростання інтерактивності роботи бібліотек, використання читацького потенціалу, розширення асортименту інформаційної продукції, використання дистантних форм обслуговування.

На сьогодні бібліотеки дедалі більше нарішують свою присутність в інтерактивному медіа-середовищі, а саме в соціальних медіа, що дає змогу говорити про створення системи представлення бібліотек у цьому сегменті інформаційного простору. Це, відповідно, актуалізує дослідження проблеми не лише на рівні узагальнення практичного досвіду, а й на рівні теоретичного осмислення.

Відповідні напрацювання вже наявні в бібліотекознавстві. Участь бібліотек у соціальних мережах текстового, візуального, відео- та аудіо-контенту, взаємодії з читачами за допомогою соціальних медіа в різних вимірах досліджувалися і зарубіжними, і вітчизняними вченими. Узагальнюючи практичний досвід окремих бібліотек чи проєктів, дослідники активно працюють емпіричний матеріал. Так, Т. Гранчак висвітлює результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриває особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів і послуг [1]. Т. Усова розглядає основні Web 2.0 проєкти (блоги, онлайн-чати, підкасти, соціальні мережі тощо), які знайшли своє застосування в бібліотечній сфері університету Альберти, і на конкретних прикладах інтеграції цих технологій розглядає особливості взаємодії із читачами, надання інформації, професійного розвитку та внутрішньоорганізаційної комунікації [2]. Можливості та формат присутності бібліотек закладів вищої освіти у соціальних мережах, їх завдання в контексті освітнього, культурно-просвітницького і виховного векторів роботи, насамперед зі студентством, розглядає І. Киричок [3]. М. Назаровець розглядає використання бібліотеками закладів вищої освіти можливостей соціальної мережі Facebook як нового засобу комунікацій з користувачами [4]. Досліджуються механізми використання новітніх технологій у створенні популяризації бібліотечних послуг, іміджу сучасної бібліотеки, новітні віртуальні форми соціальної активності бібліотек у мережевому середовищі та їх просування у сфері соціальних медіа.

У популяризації бібліотеки через соціальні медіа важливе місце має висвітлення широкого кола проєктів зі співпраці бібліотек з іншими інститутами; інформування щодо співпраці з університетами, бібліотеками університетів, закордонними колегами та інформаційними центрами. Ці повідомлення також дають змогу розширювати тематику, «підтягувати» повідомлення про різні суспільно важливі проблеми і проєкти. Наприклад, повідомляючи про співпрацю з університетами, бібліотеки інформують про освітні заходи та закликають університети до колаборації в наукових дослідженнях. Інформуючи про співпрацю з інформаційними центрами, водночас бібліотеки повідомляють про заходи й колаборацію користувачів у написанні сторінок «Вікіпедії». Такі публікації допомагають налагодити співпрацю між бібліотекою та громадою і водночас допомагають покращити інформаційні ресурси, які пропонує бібліотека.

Іншим прикладом популяризації бібліотеки в інформаційному просторі є поширення й популяризація матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику на бібліотечній сторінці: інформація про акції, презентації книг, новини, продукти, зустрічі, семінари, події, ресурси. Активними в цій вибірці виявилися Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека

ім. Ф. Потушняка, Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського й Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського.

Отже, бібліотека, поширюючи інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору, популяризацію бібліотеки, забезпечення ефективності роботи бібліотеки, у соціальній мережі Facebook виконує завдання інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації.

Можна стверджувати, що соціальна мережа є поєднанням електронних технологій як засобу комунікацій та, відповідно, зв'язків між особами та спільнотами, об'єднаних спільними інтересами, є перспективним засобом для реклами бібліотечної діяльності, бібліотечних сервісів, бібліотечних установ.

На сьогодні соціальні мережі відіграють дуже важливу роль – послугами Інтернет користується кожен третій українець. В останні роки кількість користувачів національних і міжнародних соцмереж зростає стрибкоподібно [5].

Соціальні мережі для бібліотек є однією з найголовніших можливостей реклами своєї діяльності та послуг. Крім того, соціальні мережі – це найменш затратний вид піару та найбільш зручний, адже важливі інструменти, а це – комп'ютерне робоче місце та доступ до Інтернету, – є на сьогодні майже у кожній бібліотеці, у тому числі і сільській.

Білл Гейтс говорив: «Якщо вас немає в Інтернеті, вважайте, що ви не існуєте». І дійсно, в сучасних умовах масової інтеграції в мережу Інтернет робота бібліотеки не має залишатись осторонь інновацій. Існує доволі влучна констатація факту: «якщо захід було проведено і ніде про нього не було написано – вважайте, що його не відбулось, а якщо захід не було проведено, але про нього було написано – він відбувся». Якщо місцеві ЗМІ не завжди можуть надати потрібну інформаційну підтримку, то соціальні мережі дають можливість найбільш оперативно анонсувати діяльність бібліотеки широкому колу онлайн користувачів [6].

Просування бібліотечного блогу в соціальних мережах дає змогу вибірково впливати на цільову аудиторію, вибирати майданчики, де ця аудиторія більшою мірою представлена, та визначати найбільш відповідні способи комунікації з нею. Водночас є можливість обходити незацікавлених у конкретній рекламі людей.

Багато блогплатформ є невеликими соціальними мережами. Вони включають у себе і інтернет-знайомства, і можливості обмінюватися фото- та відеоматеріалами. Блоги дають змогу робити приховану рекламу в соціальних мережах і приховану рекламу на форумах. Для бібліотек це має велике значення, адже дає шанс рекламувати себе та свою діяльність і в соціальних мережах, і на різних форумах, що, зі свого боку, сприяє розширенню кола потенційних користувачів, допомагає більш ефективно займатися популяризацією своєї діяльності [7].

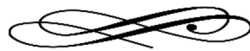
Присутність бібліотеки у будь-якій соціальній мережі дає змогу їй рекламувати себе як культурно-освітню організацію та організацію дозвілля, і найголовніше – поширювати інформацію про майбутні події та події, які вже відбулися. Соціальні мережі дають можливість ділитись інформацією з постійними та потенційними користувачами або партнерами бібліотеки, а також просувати поточні та минулі проекти, ділитись з віртуальними користувачами своїми успіхами та досягненнями. Крім того, за допомогою соціальних мереж бібліотекарі можуть залучати громадськість до різних обговорень з метою визначення пріоритетних напрямів подальшої діяльності бібліотеки, оголошувати конкурси та проводити їх у режимі онлайн, нагадувати своїм користувачам про заборгованість тощо.

Отже, на сучасному етапі особливого значення набуває представництво у віртуальному просторі бібліотечних установ як сучасних інформаційних центрів, що є одним із базових елементів формування інформаційного суспільства. Представництво бібліотек у віртуальному

просторі здійснюється через спеціалізовані інтернет-сайти, які є характерною ознакою трансформації існуючої системи бібліотечного обслуговування та функціонування яких створює умови для відповідності діяльності бібліотек новим суспільним потребам.

Список використаних джерел:

1. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Бібліотечний вісник*. 2016. № 1. С. 18–29.
2. Усова Т. Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системе университета Альберты: сайт URL: <http://xn--90ad4ahq.xn--p1ai/win/inter-events/crimea2009/eng/disk/23.pdf>
3. Киричок И. Вузовское виртуальное сообщество: миссия библиотеки в социальных сетях. *Бібліотечний форум України*. 2014. № 3. С. 18–20.
4. Назаровець М. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ. Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: матеріали 5-ої міжнар. наук.-практ. конф., (Львів, 11–12 верес. 2013 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. С. 183–190.
5. Соціальні мережі як засіб реклами бібліотечної діяльності. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/97>
6. Бібліотека у соціальних мережах. URL: <https://metodounbkm.wordpress.com/tag/>
7. Реклама в блогах. URL: <http://www.mami.org.ua/news/market-news/864>



*Гавриленко Дар'я Олександрівна, Фесенко Валентина Валеріївна
(наук. керівник – канд. іст. наук Саранча В. І.)
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

У сучасному житті людини соціальні мережі є невід'ємним аспектом життя. Соціальні мережі характеризуються наявністю гнучких структур, що складають середовище для реалізації коротких соціальних взаємодій, які дають змогу людині здійснювати усе, що потрібно, за короткий відрізок часу.

Соціальна мережа – це кіберсервіс, віртуальне співтовариство, що складається з користувачів з аналогічними інтересами, нахилами, діяльністю, однокласниками.

Сам термін «соціальні мережі» був запроваджений до наукового обігу 1954 року. До цього більшість науковців, які займалися вивченням суспільства, розглядали думку про доцільність взаємодії суспільства як складного переплетення взаємин.

Спілкування в соціальних мережах на перший погляд здається абсолютно безпечним, але ця думка може бути оманлива. При частому спілкуванні людей у мережі, що відбувається на підсвідомому рівні, розвиваються соціофобія та тривожні розлади. Люди, що проводять весь свій вільний час у соціальних мережах, згодом звикають до спілкування у віртуальному кіберпросторі, починаються проблеми з емоціями і з спілкуванням в реальному житті. Таких людей називають відлюдкуватими.

Додатковим фактором небезпеки соціальних мереж є те, що великий відсоток користувачів створюють профілі не за своїми даними, а за даними іншої людини. Це може загрожувати іншій людині втратою конфіденційності.

В соціальних мережах сьогодні зареєстровано 82 % від загального числа користувачів інтернету, а це 1,2 млрд людей з усього світу. Такий високий процент використання соцмереж показує, що людина, яка вперше зареєструвалась у мережі, починає активно спілкуватися з іншими людьми, що зменшує можливість спілкування в реальному житті. Більш показовим фактором є те, що за останні декілька років кількість користувачів соціальних мереж збільшилася втричі.

Наразі процент тих людей, що користуються соцмережами по всьому світу, становить від 53 % у Китаї до 98 % в Сполучених Штатах Америки. Із 43 досліджених країн у 41 з них процент тих людей, що користуються соцмережами, перевищує 85 % . Час, проведений у кіберпросторі, за останній рік збільшився приблизно на 35 % у кожній із наведених країн.

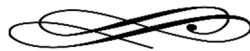
За дослідженнями науковців, більше половини підлітків проводять у соціальних мережах переважну частину свого вільного часу, відвідуючи їх не менше 1 разу на день, а близько чверті з них відвідують свої сторінки на Facebook і Twitter більше 10 разів на день.

Найбільш залежні від Інтернету люди із заниженою самооцінкою. Людина створює образ, якому хоче відповідати, і видає інформацію за дійсну. Деякі користувачі, усвідомлюючи розбіжності зі створеним персонажем, уникають особистих зустрічей з новими віртуальними знайомими, а поступово – і з іншими людьми.

І все ж, незважаючи на всі негативні сторони соціальних мереж, не можна не визнати, що назад дороги немає. До плюсів безконтактного спілкування, безумовно, належать можливість знехтувати дальністю відстані, конфіденційність, більші можливості для людей з обмеженими можливостями. Сучасний бізнес також широко використовує можливості всесвітньої мережі. Сьогодні, у зв'язку з вищесказаним, можна впевнено говорити про поняття віртуальної комп'ютерної соціалізації або кіберсоціалізації.

Список використаних джерел:

1. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2012. Вип. 2. С. 179–184.
2. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2002. 560 с.
3. Захарова В. І., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 336 с.
4. Бугайчук Т. В., Устименко В. А. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: Торнадо, 2008. 280 с.
5. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет у маркетингу : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.



Головань Анатолій Андрійович

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Одним з найбільш вагомих інструментів сучасного маркетингу, що отримали потужний поштовх до розвитку ще в епоху продажів, і що не лише зберігають, але й набувають усе більшого значення з розвитком активних форм маркетингу, були маркетингові комунікації.

Класифікація засобів маркетингових комунікацій за способами їх здійснення вже давно не є предметом наукової полеміки. Єдність поглядів на склад цих засобів теж давно визначена. До них учені-маркетологи зараховують такі засоби: реклама; організація зв'язків з громадськістю (public relations, PR); особисті продажі; заходи щодо стимулювання збуту.

Центральним елементом процесу рекламних комунікацій, безумовно, є рекламне звернення (послання, повідомлення, анонс). Саме воно є безпосереднім носієм інформації, яка має бути доведена до відома масової аудиторії, і засобом емоційної дії на останню.

Незалежно від форми, саме рекламні звернення синтезують основні складові елементи рекламної комунікації – інформацію про прикметні властивості ринкової пропозиції рекламодавця відповідно до його замовлення і творчу ідею її подання, яка має допомагати сприйняттю інформації потенційними споживачами.

Формування системи планування рекламних комунікацій дає можливість підприємству ефективно розв'язувати його найважливіші проблеми. Наявність маркетингового плану дає змогу отримати цілу низку важливих переваг. Основні з них: здійснення системи заходів щодо комплексного аналізу, оцінки і контролю всієї роботи підприємства, зокрема і його рекламної діяльності; чітке визначення місця реклами в комплексі маркетингу, тісно пов'язане з товарною, збутовою і ціновою стратегією; концентрація ресурсів реклами на найважливіших напрямках їх використання; визначення перспектив реклами на довгостроковому рівні; створення передумов чіткішого і різностороннього контролю рекламної діяльності і ефективнішого витрачання рекламного бюджету [1].

Отже, результатом процесу планування рекламних комунікацій, або медіапланування, є медіаплан. Його принциповою особливістю є те, що він становить документ, у якому фіксуються (конкретизуються) рішення, що приймаються, з одного боку, щодо кількості й дат виходів рекламних анонсів за період рекламної кампанії (календар-графік), а з другого, – рішення про розміщення реклами в конкретних ЗМІ. Тому в своїй основі будь-який медіаплан становить перехресну таблицю.

Оптимальний медіаплан рекламної кампанії можна трактувати як план, що передбачає схему розміщення рекламних матеріалів, яка дає змогу в межах заданого бюджету досягати максимально можливих значень показників комунікативної ефективності рекламної кампанії. На практиці таке формулювання завдання медіапланування є найбільш типовим.

Розробленню методів, що дають можливість оптимально розподілити заданий рекламний бюджет між різними ЗМІ під час рекламної кампанії, присвячено роботи низки вітчизняних учених. С. Динчев, В. Черевко [2] пропонують підхід до оптимізації розподілення бюджету між носіями реклами, за якого як критерій оптимальності плану розміщення рекламного матеріалу запропоновано використовувати функцію, що передбачає максимізацію збуту в цільовому ринковому сегменті. Причому для кількісного розрахунку цього показника як складові пропонується використовувати силу впливу носія, імовірність того, що рекламне звернення помітить представник цільової аудиторії, частку людей у сегменті, що належать до цільової аудиторії, і кількість публікацій у кожному носіїві за певний час. Пропонований цими авторами підхід викликає сумніви і щодо його теоретичної, і щодо практичної вартості з низки причин. По-перше, викликає заперечення критерій оцінювання оптимальності медіаплану, рекомендований авторами. Навряд чи можна погодитися, що збільшення збуту продукції залежить лише від рекламних комунікацій. На розв'язання цього завдання спрямовані зусилля всієї системи маркетингу будь-якого підприємства. По-друге, поняття «сила впливу носія» залишається досить абстрактним, важко визначуваним кількісно. І нарешті, для вибору носіїв, серед яких передбачається розміщувати рекламу, автори пропонують проводити маркетингове дослідження. Але методику його проведення не описано і, мабуть, не розроблено, хоча саме від якості вихідних даних багато в чому залежать результати оптимізації розміщення реклами під час планування рекламної кампанії.

Більш обґрунтованою з концептуального погляду видається цільова функція в моделі оптимізації коштів рекламного бюджету між каналами телебачення, запропонованої В. Дем'янен-

ком і С. Потапенком [3, 4]. Вона передбачає використовувати як критерій оптимальності розміщення коштів максимізацію кількості глядачів під час рекламної кампанії. Крім того, до переваг цієї моделі треба зарахувати спробу врахувати не лише доступні для розміщення реклами телеканали, але й кількість часових проміжків, протягом яких може бути розміщений рекламний анонс, а також кількість анонсів. Водночас запропонована модель, на нашу думку, має істотні недоліки. Запропонований параметр «розрахункової кількості телеглядачів кожного телеканалу в кожному часовому інтервалі» не містить жодної інформації про те, скільки нових контактів з телеглядачами досягається. Зовсім не виключено, що внаслідок такої рекламної кампанії частина глядачів побачить рекламний анонс багато разів, а значна частина цільової аудиторії не побачить жодного разу. І встановити це співвідношення, а тим паче планувати досягнення бажаної динаміки зростання рівня охоплення за допомогою запропонованої моделі не видається можливим, а отже, такий розподіл коштів на рекламу не можна визнати оптимальним.

Ще одну математичну модель оптимізації розподілу коштів рекламного бюджету запропоновано Е. В. Раєвневою та К. В. Тоневою [5]. Для розв'язання цього завдання автори пропонують пошук оптимального розв'язання методами лінійного програмування. Перше, що викликає принципове заперечення, – це склад носіїв інформації, серед яких автори пропонують розподіляти рекламний бюджет за допомогою запропонованої моделі. До них автори зараховують, разом зі ЗМІ, також виставки й пряме поштове розсилання, тим самим ототожнюючи їх зі ЗМІ. Залишається також не до кінця яким зміст критерія оптимізації розподілу коштів рекламного бюджету, що виражається цільовою функцією. Причому автори не уточнюють, як треба розуміти обсяг телеканалів або каналів радіо, а з наведеного ними прикладу розрахунку виходить, що для друкованих видань обсяг розуміють як площу в см², для виставок – їх кількість. Запропонована ними модель не дає змогу регламентувати ні доцільну кількість повторень рекламного анонса, ні «обсяг» кожного з них. Ця об'єктивна особливість реальних умов процесу планування рекламних комунікацій, на жаль, ніяк не враховується і не регламентується запропонованою моделлю.

Однією з причин розбіжностей у запропонованих вітчизняними вченими методичних підходах до оптимізації розподілу рекламного бюджету є неоднозначність трактування ними поняття «ефективність рекламних комунікацій», яка зумовлює відмінності в поглядах на практичні завдання рекламних комунікацій. Цей висновок підтверджується, зокрема, спостережуваними розбіжностями в поглядах на критерії оптимізації розподілу рекламного бюджету. По-друге, причиною відмінностей у запропонованих методах оптимізації розподілу рекламного бюджету є множинність чинників і обмежень, які необхідно одночасно враховувати під час медіапланування для забезпечення ефективності рекламної кампанії. Ця обставина зумовлює складність формалізації завдання оптимізувати розподіл рекламного бюджету для його розв'язання математичними методами й вибір самого методу з низки можливих. Цією ж обставиною зумовлено й багато недоліків наявних методів.

Список використаних джерел:

1. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / пер. с англ. С. Жильцова. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 796 с.
2. Дынчев С. В., Черевко В. Б. Моделирование процессов синтеза эффективной рекламной кампании коммерческой фирмы. Модели управления в рыночной экономике: сб. науч. тр. Донецк: ДонНУ, 2002. № 5. С. 302–313.
3. Дем'яненко В. В., Потапенко С. П. Оптимізація розподілу бюджету рекламної кампанії для поширення рекламних повідомлень. *Маркетинг в Україні*, 2003. № 3. С. 10–12.
4. Дем'яненко В. В., Потапенко С. П. Моделювання процесу фінансування рекламних проєктів з урахуванням ризику. *Маркетинг в Україні*, 2002. № 4. С. 39–42.
5. Раєвнева Е. В. Тонева Е. В. Модель ефективного розподілу обсягу асигнувань на рекламу. *Маркетинг в Україні*, 2004. № 3. С. 24–26.



Гаврилова Вікторія Ігорівна
(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)
 Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПЕРВИННО-ОБЛІКОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ У СИСТЕМІ ОБЛІКУ КАДРІВ ПІДПРИЄМСТВА: СКЛАД ТА ПРИЗНАЧЕННЯ

Кадрова інформаційно-документаційна система містить документи, які утворюються під час з кадрами організацій, пов'язаною з їх розстановкою, просуванням, підготовкою, перепідготовкою, звільненням, обліком, нагородженням, атестацією тощо. Ця документація виникає з моменту появи людини на світ і супроводжує її професійну діяльність. Створення кадрової документації спричинено потребою вирішення трудових, правових, службових та інших відносин громадян з підприємствами усіх форм власності. Документація з особового складу насамперед використовується з довідковою метою. У громадян часто виникає потреба отримати відгук-характеристику чи довідку з особового складу, яку вони можуть реалізувати, звернувшись до кадрової служби. Цінність і значимість документації з особового складу особливо зростає в період виходу працівника на пенсію. Отже, потрібно зауважити, що ведення кадрової документації, порядок її зберігання, облік кадрів мають відповідати зразковому і уважному ставленню до цього процесу. У цій документації характерною рисою є відображення діяльності конкретних осіб, тому вона має характеристику іменної документації і зберігається у фондах особистого походження.

Система кадрової документації містить такі групи документів: особисті і особові документи, організаційно-розпорядчі документи з кадрових питань, звітно-статистичні документи. У системі обліку кадрів важливою є первинно-облікова документація. Облік особового складу має відповідати таким вимогам і враховувати такі особливості: для ухвалення правильного і своєчасного рішення з кадрових питань керівнику необхідна точна інформація щодо поточного стану кадрів в організації; для успішного проведення аналітичної та оперативної роботи кадрів необхідно правильно організувати роботу з кадрами; підприємства, які самостійно здійснюють прийом та звільнення працівників, обов'язково ведуть облік кадрів; незалежно від посади, категорії та характеру роботи всі працівники підлягають обліку. До основних напрямів роботи кадрової служби належать: оформлення й облік прийняття на роботу, звільнення і переведення; облік кадрів; облік відпусток; облік заохочень і дисциплінарних стягнень; оформлення і облік трудових книжок; облік резерву кадрів на висування; облік роботи з підвищення кваліфікації; складання звітів за кадрами[2].

Первинними документами з урахування чисельності усіх категорій персоналу та його руху є накази про прийняття, переведення і звільнення працівників, на підставі яких оформлюються усі інші документи обліку кадрів. Основні документи обліку кадрів можна умовно поділити на документи персонального та документи персонального і загального обліку робітників. До документів персонального обліку належать: особова справа робітника; особова картка за формою П-2; облікова картка спеціаліста і наукового працівника за формою П-4; трудова книжка. До основних документів персонального і загального обліку належать: накази (розпорядження) за кадрами; книга штатно-посадового обліку; книга обліку молодих спеціалістів. До інших документів обліку кадрів належать: книга обліку руху трудових книжок; книга реєстрації наказів за кадрами; журнал обліку оформлення пенсійних справ; алфавітні книги різного призначення [2].

Важливим документом, який дає можливість фіксувати усі дані про діяльність працівника, є особова справа, яка є своєрідним збірником документів, що містять біографічні дані працівника, а також відомості про його професійну діяльність. Пояснення потреби вести особову справу на працівника ґрунтовно проаналізовано у статті О. Біляєвої. Експерт з питань оплати праці описала зміни у правилах формування і ведення особових справ, відображених у «Правилах організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях» затверджених Наказом Міністерства Юстиції України від 18.06.2015 р. № 1005/5. До складу документів в особовій справі, враховуючи внесені зміни до «Правил організації діловодства...» Наказом Міністерства юстиції України від 04.07.2018 р. № 2277/5 входять: внутрішній опис документів справи; заява про прийняття на роботу; письмовий трудовий договір; копії або витяг з розпорядчих документів про прийняття на

роботу; особовий листок з обліку кадрів; доповнення до особового листка з обліку кадрів; автобіографія; копія паспорта; копія картки платника податків; копія військового квитка; копії документів про освіту, науковий ступінь, вчене звання; заяви: про переведення на іншу роботу (посаду), про переведення на сумісництво, про зміну біографічних даних; копії або витяги з розпорядчих документів (наказів, розпоряджень) про переведення на: іншу роботу (посаду), сумісництво; копії документів про внесення змін до облікових документів у зв'язку зі зміною біографічних даних (прізвища, імені, по батькові); копії документів, що є підставою для надання пільг; характеристики; копії документів про підвищення кваліфікації, стажування, заохочення (нагородження, преміювання); документи з атестації; заява про звільнення з роботи; копії або витяги з розпорядчих документів (наказів, розпоряджень) про звільнення з роботи. Потрібно зауважити, що перелік документів, що містяться в особовій справі працівника, з 25 липня 2018 року суттєво збільшився [1].

Так само проведемо порівняльний аналіз типової форми особової картки працівника: як вона змінювалася протягом 1995–2009 років. Форма особової картки (П-2) була затверджена наказом Міністерства статистики України від 27.10.1995 р. № 277. Зміни до форми було внесено наказом Державного комітету статистики України від 05.12.2008 р. № 489. Нині діє форма особової картки П-2, затверджена наказом Державного комітету статистики України і Міністерства оборони України від 25.12.2009 р. № 495/656. У ній основні структурні розділи не зазнали значних змін. Вилучений раніше, у 2008 році, розділ II «Відомості про військовий облік» повернуто. Натомість у новій редакції форми прибрано код за Державним класифікатором управлінської документації (Код за УКУД), але додано код за Класифікатором професії (Код за КП) у розділі IV «Призначення і переведення».

Отже, первинна облікова кадрова документація виконує функцію обліку працівників. Згідно з технологією реєстрації та накопичення інформації з кадрів, первинну облікову кадрову документацію поділяють на дві взаємозв'язані групи: вихідні (початкові) облікові документи (особовий листок, особова картка) та похідні облікові документи, які мають другорядний (довідково-контрольний) характер (спеціалізовані картки персонального обліку спеціалістів, списки, журнали реєстрації, книги обліку).

Список використаних джерел:

1. Біляєва О. Особова справа працівника: оформляємо правильно. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ot/2018/november/issue-22/1/article-40819.html>
2. Документація особового складу: призначення, поділ документів. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/dilovodstvo/24466/>
3. Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях: Наказ Міністерства Юстиції України від 18.06.2015 р. № 1005/5 (зі змінами від 12.06.2018, від 04.07.2018).



Герасимчук Галина Олександрівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНТЕРНЕТ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОКУМЕНТА

Наприкінці 60-х – початку 70-х років ХХ ст. агентство перспективних розробок Міністерства оборони США створило комп'ютерну мережу, що охоплює всі наукові центри країни (переважно університети), для забезпечення інформаційного обміну між ними та збереження цінної інформації в разі поразки деяких із цих центрів під час ядерної війни.

Була розроблена технологія зв'язку між мережею і комп'ютером за допомогою протоколів, яка використовується досі.

Якщо раніше мережа використовувалася винятково як середовище передачі файлів і повідомлень електронної пошти, то сьогодні вона розв'язує складніші задачі розподіленого доступу до ресурсів. Близько трьох років тому були створені оболонки, що підтримують функції мережевого пошуку і доступу до розподілених інформаційних ресурсів, електронних архівів.

Сучасний підхід до визначення поняття «документ» дає змогу розглядати мережу Інтернет як особливе документне середовище.

Так, у документознавчій науці поняття документ розуміють як «інформацію, закріплену певним способом, винайденим людиною, на матеріальному носії у стабільній знаковій формі для її передачі в просторі та часі». Це дає підстави віднести Інтернет-ресурси до документованої інформації.

Під час дослідження Інтернету як документного середовища особливі труднощі виникають із визначенням та класифікацією інтернет-документів, оскільки інформаційні ресурси мережі надзвичайно різноманітні. За способом фіксації інформації – це електронні або електронно-цифрові документи, тобто створені людиною засобами електронно-обчислювальної техніки.

Наразі не існує загальновизнаної класифікації інтернет-документів. Дослідники пропонують різні варіанти. Так, Е. В. Боброва поділяє інтернет-документи на дві великі групи:

1. Документи, створені самою людиною з допомогою певного програмного забезпечення. До цього типу належать, наприклад, Web-сторінки, повідомлення електронної пошти тощо.

2. Документи, що автоматично виникають у процесі функціонування спеціальних програм, написаних людиною. До цього типу можна уналежнити лог-файли (ресстри), у яких зазначено відомості про роботу мережі і окремих комп'ютерів.

Характеризуючи глобальну мережу як інформаційне та документне середовище, можемо виділити такі її особливості:

– загальнодоступність інформації (швидке і переважно безперешкодне отримання / розміщення інформації будь-якого характеру);

– універсальність і відносна простота інтернет-технологій (можливість створення і розміщення в мережі різних за рівнем складності ресурсів, які містять текстову, графічну, звукову, відеоінформацію);

– безконтрольність та відсутність будь-якої цензури (зумовлена самою «природою» Інтернету; це система, що розвивається самостійно);

– надоперативна комунікативність (утілюється в неабиякій швидкості розміщення актуальної інформації);

– динамізм подання інформації (передбачає постійне оновлення інтернет-ресурсів, їх міграцію в межах мережі чи зникнення).

Web-сайти складаються з Web-сторінок, які пов'язані зі спеціальною адресою і є логічною одиницею мережі. Саме Web-сторінку, на наш погляд, треба розглядати як зразок Web-документа.

Контент Web-сторінок, на відміну від традиційних документів, є потенційно динамічним.

Найяскравіше така властивість проявляється на новинних сайтах, коли зміст однієї і тієї ж Web-сторінки може оновлюватися щодня або й частіше. Подібний динамізм породжує проблему збереження інтернет-документів.

Отже, віртуальний простір мережі Інтернет відкриває користувачам широкі можливості для спілкування, обміну інформацією та інших форм соціальної взаємодії, тож закономірним буде подальше вивчення мережі Інтернет як особливого середовища функціонування документів.

Список використаних джерел:

1. Боброва Е. В. Інтернет-документ як об'єкт архівного збереження. *Інформаційний бюлетень Асоціації «Історія і комп'ютер»*. Москва: МГУ, 2000. № 26/27. – С. 105–112.
2. Кулешов С. Г. Про значення поняття «документ». *Бібліотечний вісник*. 1995. № 1. С. 1–4.



Гораши Інна Анатоліївна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВЕБ-САЙТ ЯК ПОПУЛЯРНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО

Актуальність теми виявляється у тому, що на сьогодні переважає використання електронної інформації майже в усіх сферах людської діяльності, зокрема й використання веб-сайту. **Мета:** дослідити особливості використання веб-сайту в інформаційному просторі. **Методи дослідження:** метод порівняння застосовано при дослідженні переліку нових форм даних архівних джерел в інформаційному суспільстві; метод логічного узагальнення використано для того, щоб на основі зібраної інформації зробити висновок.

Для будь-якого сучасного інтернет-користувача використання веб-сайтів є звичною справою, оскільки кожен хоче отримати інформацію вчасно. Ця інформація має відповідати запиту, і веб-сайт дає можливість задовольнити таку потребу. Більшість сучасників новітніх технологій не бачать потреби в тому, щоб користуватися матеріалами бібліотек, архівів та інших подібних установ у традиційному вигляді. Це забирає багато часу, можливо, коштів, і в результаті може не задовольнити інтерес споживача. Набагато зручніше зайти на веб-сайт бібліотеки чи архіву і детально дізнатися всю інформацію.

Найважливішою вимогою для популярності веб-сайту є впевненість у тому, що це джерело інформації – надійне та безпечне. Наступним критерієм оцінки сайту стає його імідж. Постійна підтримка та оновлення зовнішнього вигляду сайту дає змогу виокремити його серед інших і цим створює конкурентність на ринку. Важливою особливістю вважається повага до думки користувачів. Потрібно створити простір, де кожен охочий може залишити свій коментар з приводу роботи електронного джерела. І все ж основним завданням веб-сайту сьогодні залишається подача достовірної інформації. Варто розуміти, що сайт не стане популярним, якщо інформація буде неточною. Уся інформація на сайті має бути опрацьована, відібрана та систематизована, адже користувачеві не зручно буде зробити потрібний пошук у великій масі непотрібного тексту [1, с. 45–49].

Кожен, хто створює веб-сайт, здебільшого прагне досягти єдиної мети – щоб його інформація створила позитивний відгук в інтернеті. Але, як відомо, потрібно докласти певні зусилля для його просування. Основним заходом є формування оригінальності. Зміст тексту має складатись не менше ніж з 80 % нового матеріалу. А в ідеалі унікальність має становити близько 95 %. Для того, щоб перевірити свій текст на цей показник, можна використати програму перевірки на плагіат [2, с. 43–51].

На сьогодні вже існує кілька особливих вимог у використанні веб-сайту в архівній діяльності, серед них такі: актуальність, доступність, ефективність інформації, зворотний зв'язок. Актуальність веб-сайту визначається у наявності інформації про архівні установи, їх діяльність. Також можна знайти потрібний нормативний акт чи закон, чітко сформувавши запит. Доступність виявляється у тому, що користувач може легко відкрити та переглянути зміст сайту. Його особливість полягає у підтримці різних типів браузерів, серед яких Firefox, Internet Explorer, Google Chrome, Opera. Ефективність виявляється у наявності карти сайту, яка

надає швидкий доступ до необхідного матеріалу. Завдяки навігації забезпечується зручний доступ та перехід до певної сторінки.

Зворотний зв'язок найчастіше відбувається за допомогою опитування користувачів. Розробляються прийнятні відділення в електронному вигляді, які можуть надавати необхідні послуги online. Новинкою сучасного веб-сайту стала можливість для користувачів залишати свою інформацію.

Проте веб-сайт має і недоліки. Основним недоліком, що виявляється найчастіше, є застаріла інформація. Дійсно, веб-сайти не оновлюються так часто, як, наприклад, записи у соціальних мережах. Отже, розробникам веб-сайту необхідно не тільки гарно та вигідно його розробити, а й стежити за тим, щоб він був мобільним. В архівній установі веб-сайти виконують три основні функції: інформаційну, рекламну та комерційну.

За допомогою інформаційної функції відбувається інформування користувачів веб-сайту з різних питань. Рекламна функція здійснюється в рекламній діяльності сайту. Реклама – це інформація про певну послугу чи продукцію. Реклама має результат тоді, коли поширюється на популярні, найбільш відвідувані сайти. Комерційна функція зазвичай є функцією торгівлі.

Веб-сайт сьогодні становить собою популярне архівне джерело інформації. Незважаючи на те, що веб-сайт, крім переваг, має і недоліки, він приносить велику користь та прибуток для свого розробника. Варто лише навчитися уміло розподіляти та подавати інформацію.

Для порівняння архівних джерел інформації ми провели опитування серед 50 людей, які мають доступ до Інтернету та вміють користуватися різними інформаційними джерелами. Потрібно було обрати найзручніший спосіб перегляду інформації про архів чи бібліотеку: веб-сайт чи online-виставка, SMS-повідомлення, запис у соціальних мережах (табл. 1).

Із 50 опитаних користувачів, виявлено, що половина з них для пошуку інформації використовує веб-сайт. Решта користувачів надає перевагу іншим джерелам інформації. Для інших видів подачі інформації також є свої споживачі.

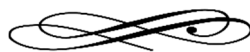
Таблиця 1 – Статистичні дані про вибір найзручнішого архівного джерела інформації

Веб-сайт	Online-виставка	SMS-повідомлення	Запис у соціальних мережах
25	5	5	15

Отже, веб-сайт посідає провідне місце серед джерел інформації, він не втратив свою перевагу, незважаючи на стрімке збільшення кількості джерел інформації. Для подачі інформації в архівній сфері саме веб-сайт вважається найзручнішим джерелом.

Список використаних джерел:

1. Білушак Т. М. Менеджмент архівної діяльності: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 240 с. (Серія «Інформація. Комунікація. Документація»; вид. 12).
2. Тюрменко І. І. Експертна оцінка структури та змісту веб-сайтів архівних установ України. Зб. матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття». Одеса, 2015. С. 42–43.



*Грабовська Аліса-Анна Олегівна, Данилейко Владислава Євгенівна
(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Шабуніна В. В.)
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

УПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДОКУМЕНТАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Сьогодні в Україні відбувається становлення нової системи освіти, орієнтованої на входження у світовий інформаційно-освітній простір. Цей процес супроводжується суттєвими змінами в педагогічній теорії та практиці навчально-виховного процесу, пов'язаними зі внесенням коректив у зміст технологій навчання, які мають бути адекватні сучасним технічним можливостям і сприяти гармонійному входженню дитини в інформаційне суспільство [2, с. 82].

Безпосереднє застосування комп'ютерних мереж у сфері освіти пов'язано з розробкою новітніх освітніх і навчальних програм, застосуванням інтернет-технологій у навчальному процесі, створенням електронних бібліотек, довідково-інформаційних систем, систем менеджменту в освіті, автоматизацією та інформаційним супроводженням документів про освіту, використанням спеціалізованих банків даних і знань, дистанційним навчанням.

На етапах уроку, коли основний навчальний вплив і керування передається від комп'ютера, учитель отримує можливість спостерігати, фіксувати вияв таких якостей в учнів: як усвідомлення мети пошуку, активне відтворення раніше вивчених знань, інтерес до поповнення знань, яких бракує з готових джерел, самостійний пошук. Подача еталонів для перевірки навчальних дій, надання аналізу причин помилок дають змогу поступово навчати учнів самоконтролю і самокорекції навчально-пізнавальної діяльності [1, с. 62].

Якими можуть бути напрями застосування комп'ютерних технологій у сучасній школі? Уявімо модель, за якої в кожній школі є комп'ютерні класи, об'єднані в локальну мережу й під'єднані до Інтернету, комп'ютерні комплекти з повним набором периферії в адміністрації школи, на вчительському місці – комп'ютер з можливістю проектування на екран.

У названих умовах модель використання комп'ютерних технологій може бути такою: ведення й оформлення внутрішньої шкільної документації; складання розкладу уроків; створення і використання бази даних учителів та учнів школи; моніторинг діяльності вчителів; оперативне управління навчальним закладом шляхом інтерактивних телеконференцій, віртуальних нарад, передачі термінової інформації на екрани вчительських машин; пошук і збір інформації за допомогою Інтернету; використання електронної пошти; налагодження творчих зв'язків з іншими навчальними закладами, у тому числі й за кордоном; психологічне тестування працівників школи та дітей. У навчальній діяльності – обов'язкове вивчення комп'ютерних та інформаційних технологій; використання навчальних програм з усіх предметів; комп'ютерне тестування й контроль знань; користування каталогами та замовлення книг у публічних бібліотеках через Інтернет; застосування учнями матеріалів, опублікованих у мережі Інтернет, для підготовки доповідей і рефератів; видання методичних розробок, шкільних газет; залучення електронних текстів художніх творів; використання електронних енциклопедій («Кирилл и Мефодий», Britannica, предметні енциклопедії та інші).

Сьогодні кожна школа має забезпечити реалізацію цільової програми інформатизації закладу освіти. Таке завдання прагне виконати й адміністрація Кременчуцької загальноосвітньої школи I–III ступенів № 18. З урахуванням фінансових можливостей закладу, його кадрового забезпечення була прийнята програма впровадження комп'ютерних інформаційних технологій у навчально-виховний процес та адміністративну діяльність школи. Згідно з програмою, у школі проведено модернізацію комп'ютерного класу, придбано сучасні комп'ютери, забезпечено підключення до мережі Інтернет, створено шкільний сайт, започатковано електронну газету «Шкільний дзвінок», придбано програмні засоби для управлінської діяльності, організо-

вано інформаційно-аналітичний центр, обладнано мультимедійний клас, створено шкільну мережу: директор – бібліотека – секретар – психолог – мультимедійний клас, а також заплановано впровадження низки нових заходів.

Кроком на шляху організаційно-педагогічного забезпечення використання комп'ютерної техніки як засобу підвищення ефективності навчально-виховного та управлінського процесу стало створення шкільних баз даних учнів і вчителів школи, розроблення технологій, орієнтованих на розв'язання адміністративних проблем, які є специфічними саме для освітнього закладу.

Вихід в Інтернет дав можливість ознайомитися з новими досягненнями науки у сфері комп'ютерних технологій, із досвідом роботи інших шкіл та освітніх закладів нового типу. Через електронну пошту Інтернет-можливості здатні забезпечити зв'язок з іншими школами, закладами вищої освіти, освітянськими організаціями, підприємствами та фірмами. З'явився широкий доступ до матеріалів усеукраїнських конференцій, документів Міністерства освіти і науки, Академії педагогічних наук, до нових цікавих освітянських проєктів.

Разом із можливістю вивчати роботу шкіл України з'явилася потреба представлення діяльності і Кременчуцької загальноосвітньої школи I–III ступенів № 18 у всесвітній мережі Інтернет. Так виникла ідея створення шкільного сайту обсягом 4,5 Мбайт. На сайті – інформація про кількісний і якісний склад учителів і учнів школи, про роботу шкільної дитячої організації, матеріальну базу, основні напрями діяльності школи, соціально-педагогічний паспорт навчального закладу.

Маючи власну газету та вихід в Інтернет, школа реалізувала цікавий інформаційний проєкт – створення шкільної електронної газети. Наступним кроком стала необхідність використання навчальних комп'ютерних програм на уроках. У комп'ютерному класі вже працює тестова програма, написана мовою JavaScript, для тематичних атестацій із будь-якого навчального предмета. При складанні тестових завдань, написаних мовою VisualBasic, була використана форма, за допомогою якої можна створити базу питань, звідки автоматично відбиралися б завдання для проведення тестування.

Дистанційне навчання найближчим часом буде широко використовуватися в кожній школі. Перспективним напрямом роботи є створення гіпертекстових навчальних курсів. У школі вже розпочато розроблення за допомогою програми PowerPoint програмних засобів з курсу інформатики: «Знайомство», «Робота з Exc», «Мова розмітки гіпертексту – HTML», «Глобальна мережа Інтернет», «ОС Windows» та інші.

Крім того, у Кременчуцькій загальноосвітній школі I–III ступенів №18 розпочато впровадження комп'ютерних спецкурсів, зокрема з хімії для спеціалізованого профільного хіміко-технологічного класу «Комп'ютерне моделювання хімічних процесів» з елементами дистанційного навчання. У спецкурсі використовуються такі інформаційні ресурси: електронні підручники («Відкрита хімія 2.5 – Фізикон.МФТІ»; «ІС Хімія – мультимедійна енциклопедія»; «Хімічний тренажер – ПЗ»; «Електронна таблиця Д. І. Менделєєва»); програмні засоби – інструменти для моделювання (ChemOfficePro – моделювання молекул; PowerPoint – моделювання презентацій досліджень); ChemLab – моделювання хімічних реакцій; Інтернет-ресурси (www.college.ru; www.physicon.ru; www.alchimik.ru та інші); навчальне середовище SunRayTestOffisePro (тестування учнів).

У Кременчуцькій ЗОШ I–III ступенів №18 другий рік поспіль проводиться педагогічний моніторинг роботи вчителя за допомогою програми AdmMonitor; шкільний психолог використовує психодіагностичну систему «Універсал», яка дає можливість отримувати психологічні характеристики різних суб'єктів навчально-виховного процесу.

Отже, комп'ютерні технології покликані стати невід'ємною частиною цілісного освітнього процесу, що значно підвищить його ефективність.

Список використаних джерел:

1. Круковский М. Ю. Критерии эффективности систем электронного документооборота. К., 2005. 111 с.
2. Куценко В. І. Економіка освіти: навч. пос. К.: Міленіум, 2003. 105 с.



*Гречин Ірина Володимирівна, Великотрав Людмила Володимирівна
(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)
Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського*

ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНА КОМУНІКАЦІЯ

Функціонування організації, як і життєдіяльність суспільства, пов'язане з обміном інформацією у різноманітних процесах соціальної взаємодії, який є необхідною умовою узгодження ідей, думок, вироблення й організації виконання рішень. Комунікація, яка лежить у сфері офіційних відносин і спрямована на вирішення конкретної проблеми або досягнення необхідного результату, зважаючи на загальні інтереси та цілі комунікантів, називається діловою або професійно орієнтованою.

Велике значення професійно орієнтованої комунікації не тільки в діяльності підприємства, але й у житті людей, які працюють на підприємстві, оскільки добре організована комунікація дає змогу людям комфортно почувати себе на роботі, усвідомлювати свою значущість і бути впевненими в завтрашньому дні. В умовах стрімкого розвитку нових технологічних процесів, комунікаційних можливостей та систем інноваційного менеджменту в більшості публічних бібліотек України PR-діяльність не має комплексного, концептуального характеру: відсутні спеціальні підрозділи, що займаються PR, чітка стратегія і розуміння цілей PR-роботи бібліотеки, її специфіки та функцій. Основною проблемою є недостатня кваліфікованість кадрів, низький рівень розуміння бібліотечними фахівцями необхідності зв'язків із громадськістю та мотивації їх поширення, що спричиняє недостатнє використання бібліотечних ресурсів, обмежену поінформованість користувачів про сервісні можливості бібліотеки, а відтак – зумовлює непривабливий загальний імідж.

Ділова комунікація є основною формою робочого процесу, продуктивність якого обумовлюється цілями й цінностями спілкування, прийнятими всіма його суб'єктами за норму індивідуальної поведінки [3, с. 7–8].

Ділова комунікація – це процес взаємодії, що спрямований на оптимізацію того чи іншого виду предметної діяльності: виробничої, наукової тощо і передбачає реалізацію таких умов:

- 1) обов'язковість контактів усіх учасників спілкування незалежно від їхніх політичних симпатій і антипатій;
- 2) предметно-цільовий зміст комунікації;
- 3) дотримання формально-рольових принципів взаємодії;
- 4) взаємозалежність усіх учасників ділової комунікації в досягненні кінцевого результату;
- 5) комунікативний контроль учасників взаємодії [1, с. 11].

Професійно орієнтована комунікація реалізується у трьох основних комунікативних формах: монологічна, діалогічна й полілогічна.

У монологічній формі комунікації переважають такі комунікативні дії: висловлювання особистості та організація процесу слухання іншими суб'єктами-учасниками спілкування.

Діалогічній формі комунікації притаманна зміна мовленнєвих актів, зазвичай, двох мовців, які перебувають у безпосередньому зв'язку. Найхарактернішими особливостями діалогу є швидкий обмін репліками без попереднього обмірковування; змістовна взаємозалежність, лаконічність, чіткість, ситуативна залежність реплік; особлива роль міміки, жестів та інших паралінгвістичних засобів; важливість інтонації, тембру, тональності [2, с. 70].

У полілогічній формі комунікації відбувається багатостороннє спілкування, яке найчастіше має характер своєрідної боротьби за оволодіння комунікативною ініціативою і пов'язане з прагненням до максимально ефективної її реалізації.

Професійно орієнтована комунікація – це складний багатоплановий процес, суть якого – встановлення та розбудова спілкування між людьми, що зумовлено потребами спільної діяльності, обміну інформацією, знаннями, інтелектуальною власністю.

Що стосується професійно орієнтованої комунікації в українських публічних бібліотеках, то сьогодні вони перебувають у пошуку нових способів організації бібліотечного обслуговування: з'являються послуги, що повніше задовольняють потреби сучасних користувачів бібліотеки, або

ж традиційні бібліотечні сервіси набувають нового формату. Здійснення такого пошуку полягає в активізації рекламної та PR-діяльності бібліотек. Рекламна діяльність, по суті, потребує затрат матеріальних ресурсів, а от PR – це вид діяльності, який не потребує суттєвої перекваліфікації бібліотечного працівника. Якщо маркетинг виступає стратегією всієї діяльності сучасної бібліотеки, то PR – один з елементів тактики. Це – кроки до взаємного розуміння і співпраці між бібліотекою і «публікою» в широкому розумінні цього слова.

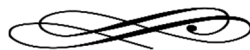
Важлива категорія паблік рілейшнз – засоби масової інформації, які здатні розповсюдити і позитивний, і негативний матеріал про бібліотеку. Тому сама бібліотека має бути активна в цьому напрямі. Надаючи матеріали, необхідно показати громадськості значення бібліотечної діяльності, її роль у житті регіону, розповісти про заходи, що проводяться бібліотекою, і про кращих її працівників [1]. Завдяки продуманим і спланованим заходам паблік рілейшнз у свідомості громадськості закріплюється позитивний імідж бібліотеки, зростає і зміцнюється її престиж. Зазвичай цьому сприяє і висока репутація директора. Найбільшою ефективністю володіють змішані методи здійснення PR: презентації, ювілеї, екскурсії по бібліотеці, науково-практичні конференції, свята книги, вернісажі та ін. Ці комплексні заходи включають усі розглянуті вище форми комунікації бібліотеки з громадськістю, мають свою динаміку і інші специфічні особливості впливу на учасників [3].

Отже, все більш актуальнішим постає питання пошуку нових способів організації бібліотечного обслуговування, поширення інформації про нові бібліотечні послуги. Його вирішення полягає в активізації рекламної та PR-діяльності бібліотек.

Як показує досвід бібліотек, які вже активно включилися в ринкові процеси, зв'язки з громадськістю можуть робити істотний внесок у стабілізацію та поліпшення їх матеріального становища, підвищення статусу як культурно-інформаційних установ. Природно, що без активних заходів із паблік рілейшнз бібліотека не може успішно розвиватися як соціальний інститут і нарощувати потенціал для майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Барабаш С. Модерація заходів у роботі з громадськістю та персоналом як комплексна форма менеджменту в бібліотеках. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 5. С. 20–22.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікаційної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія». 2004. 344 с.
3. Волкова Н. П. Професіно-педагогічна комунікація: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія». 2006. 256 с.



Гуленко Наталія Василівна

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ІТ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Інформаційні системи і технології впливають на бізнес-процеси, відкривають нові можливості господарської діяльності, підвищують конкурентоспроможність підприємства, дають змогу зберігати їх імідж. Щоб раціонально впроваджувати системи автоматизації бізнес-процесів, необхідно знати точки створення виробничих втрат і цінності продукту. Хоча концепція «ощадливе виробництво» стосується випуску продукції, низку її принципів можна застосувати для ефективного впровадження бізнес-автоматизації і для невиробничих компаній.

Lean (lean production, lean manufacturing, надійне виробництво, «струнке виробництво») – концепція управління виробничим підприємством, заснована на постійному прагненні до усунення всіх видів втрат. Широко відомі системи «ощадливого виробництва» або їх складники: 5S, TQM, JIT, SMED, TPM та інші [1].

«Ощадливе виробництво» виділяє вісім видів втрат: перевиробництво, зайві запаси комплектуючих, очікування, втрати при транспортуванні, додаткова обробка, переміщення, дефектний продукт, нереалізований творчий потенціал співробітників, перевантаження робочих або потужностей при роботі з підвищеною інтенсивністю, нерівномірність виконання операцій [2].

Система JIT (англ. Just In Time – точно в термін) – це найпоширеніша в світі логістична концепція, яка втілює один з основних принципів «ощадливого виробництва». З логістичних позицій JIT – досить проста бінарна логіка управління запасами без будь-якого обмеження до вимоги мінімуму запасів, згідно з якою потоки ресурсів і продукції ретельно синхронізовані з потребою, що задається виробничим графіком випуску готової продукції. Подібна синхронізація є не що інше, як координація двох функціональних сфер логістики: постачання і підтримки виробництва. Надалі ідеологія JIT була успішно просунута і в дистрибуцію продукції, а наразі і в макрологістичні системи різного рівня і призначення [3].

Її сенс полягає в тому, щоб усі матеріали, компоненти і напівфабрикати, необхідні для виробництва продукції, надходили в необхідній кількості, в потрібне місце і точно до призначеного терміну для виробництва, складання або реалізації готової продукції.

Основні характеристики: мати тільки необхідні запаси, коли це потрібно; поліпшувати якість до стану «нуль дефектів»; зменшувати тривалість циклу шляхом зниження часу оснащення, розмір черги і величину виробничої партії; поступово модифікувати самі операції; виконувати ці види діяльності з мінімальними витратами.

Сфери застосування JIT:

- виробнича сфера – охоплює керований за допомогою JIT виробничий процес;
- поставки;
- збут – забезпечує постачання безлічі споживачів, які виставляють свої запити в онлайн-інформаційні системи [4].

Реалізація системи JIT передбачає здійснення низки необхідних заходів. Так, насамперед необхідно створити компактні підприємства, на яких буде зайнято не більше трьохсот осіб, які виробляють один або кілька схожих виробів. Обмеження асортименту спрощує управління і полегшує роботу за методом «точно в строк».

На цих підприємствах повинні працювати люди, організовані в комплексні бригади, які виконують усі операції з виготовлення певних деталей. Це дасть можливість установити різні види обладнання в одному виробничому осередку, що значно прискорить виробничий процес, скоротить час переналагодження обладнання, чим зменшить його простої. Усі робітники в комплексних бригадах повинні володіти суміжними професіями [4].

Необхідною умовою також є поставка деталей у мінімальних кількостях і їх точна відповідність потребам, що дасть можливість відмовитися від складських приміщень для зберігання сировини, заготовок або комплектуючих.

Переваги використання системи:

- низький рівень матеріальних запасів у процесі виробництва, закупівель і готових виробів;
- немає необхідності у великих виробничих площах;
- підвищення якості виробів, зменшення браку і переробок;
- скорочення термінів виготовлення продукції;
- наявність у компанії робітників із багатопрофільною кваліфікацією, які можуть замінити один одного;
- відсутність необхідності в невиробничих роботах, наприклад, складанні і переміщенні матеріалів [5].

До недоліків належать:

- зростаючі транспортні витрати (може виявитися дешевше зберігати товар на складі, ніж постійно доставляти);

- економічна ситуація (наприклад, стрибки цін на нафту можуть зруйнувати всю систему відразу);
- залежність від партнерів за поставками;
- можливість простоїв серед робітників (існує ймовірність виникнення ситуації, коли матеріалів не буде, а робота буде зроблена);
- не так просто організувати цю систему, потрібен хороший менеджмент [5].

Сьогодні система JIT у повному обсязі використовується тільки в Японії. У США, Європі цей спосіб виробництва до сих пір залишається недоступним більшості компаній, оскільки вимагає забезпечення двох основних умов.

По-перше, наявність безвідмовного самоналаштовуваного механізму, що забезпечує точність і узгодженість поставок у часі і в просторі.

По-друге, всі компоненти виробництва, які постачаються, мають бути бездефектними, інакше вся ця синхронна система перестане функціонувати [3].

Найвідоміші приклади застосування системи JIT – це заклади швидкого харчування «Mc Donald's», автомобільні компанії «Honda», «Yamaha», «Suzuki», «Kawasaki», «Toyota», виробники комп'ютерної техніки «DELL», «Hewlett-Packard» (HP).

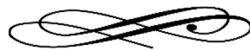
Отже, можна зробити висновки, що концепція JIT є найбільш придатною для розв'язання сучасних виробничих завдань і цілей. «Точно вчасно» – це система виробництва, за якої випускається тільки та продукція, яка потрібна, в необхідній кількості і точно в потрібний час.

Величезною перевагою концепції є необхідність «ощадливого виробництва». У системі JIT реалізується основна концепція «ощадливого виробництва»: поєднання безперервності потоку створення цінності з максимальною гнучкістю, орієнтованою на попит, при оптимальному використанні всіх ресурсів за рахунок скорочення втрат.

Концепція JIT націлена на синхронізацію роботи всіх елементів ланцюга, на ранню ідентифікацію вимог відвантаження товарів на замовлення, на забезпечення найсуворішої дисципліни договірних відносин.

Список використаних джерел:

1. Lean – ошадливе виробництво. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/lean-manufacturing>
2. Энциклопедия производственного менеджера. URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/just-in-time.html>
3. Just in time. Плюсы и минуса поставок точно в срок. URL: <http://management.web-standart.net/news/2008/11/20/3304/>
4. Just in time Менеджмент. URL: https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Just_In_Time_менеджмент
5. Лукинский В. С. Модели и методы теории логистики: учебное пособие. 2-е изд. URL: piter/attachment.php?barcode=978591180139&at=exc&n=0



Гусятинська Валентина Анатоліївна
(наук. керівник – старш. викл. кафедри ІСУ Прігунов В. О.)
 Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах сучасної ринкової економіки будь-яке підприємство змушене адаптуватися до ринкових умов. Але ринок не стоїть на місці – він постійно змінюється, пред'являючи нові вимоги до роботи підприємства, до його бізнес-процесів. Організація змушена бути динамічною і здатною

адаптуватися не тільки до змін зовнішнього середовища, а й до їх швидкості. У цьому разі організація має бути не застиглою системою, а мобільним організмом із єдиним постійним фактором – оновлення і безперервного розвитку. Будь-яке сучасне підприємство, зокрема й, підприємства малого бізнесу, мають бути орієнтовані на управління процесами і управління персоналом. Управління персоналом має важливе місце в системі управління підприємством.

Управління персоналом – це система взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів щодо створення умов для нормального функціонування, розвитку і ефективного використання кадрового потенціалу підприємства. Управління персоналом – це система різних заходів: організаційних, економічних і соціальних, спрямованих на створення умов для повноцінної роботи і розвитку кадрів. Важливість управління персоналом на сучасному підприємстві важко переоцінити. Яким би хорошим і працездатним був управлінський персонал, основну роботу виконують рядові фахівці. Тому дуже важливо приділяти увагу саме будові грамотної системи управління персоналом.

У малому бізнесі необхідно постійно активізувати потенціал працівників, тобто створювати такі умови, таку систему морального і матеріального стимулювання праці, інформування персоналу, які будуть надихати людей на робочу діяльність із високою віддачею. Люди розкривають свої приховані можливості, коли у них з'являється відповідний внутрішній настрій, а не коли це потрібно керівнику.

Усе частіше використовуються нові завдання і цілі в управлінні персоналом і використанні ресурсів людини:

- підвищення кваліфікації працівника;
- розширення прав працівника в самостійному прийнятті рішень;
- використання робочої сили, враховуючи творчі та організаторські здатності членів колективу.

Особливий акцент на підприємствах малого бізнесу ставиться на мотивації співробітника до трудової діяльності.

Для реальної мотивації до продуктивної праці необхідне дотримання деяких моментів:

- самостійність працівників;
- розвиток особистості і забезпечення кар'єрного зростання;
- необхідний високий рівень оплати праці;
- доброзичливі і ділові відносини в колективі.

Створення сучасної інформаційної системи управління персоналом, нехай навіть і обмеженої за функціями у зв'язку з масштабом підприємства, може сприяти прийняттю ефективних управлінських рішень для всього бізнесу. За такої умови для ухвалення ефективних управлінських рішень сучасним малим підприємствам також необхідна власна система інформаційного забезпечення, тому що вона не тільки є запорукою успіху і конкурентоспроможності фірми, а й засобом виживання в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Це стало особливістю малого бізнесу в останні десятиліття, оскільки швидко розвиваються засоби поширення інформації та нових знань.

Однак інформація сама по собі може мати вкрай мало користі без навичок, що дають змогу її зрозуміти, інтерпретувати і успішно застосувати. Як впливає з визначення, знання – форма існування і систематизації результатів пізнавальної діяльності людини, яка допомагає раціонально організувати і розв'язувати повсякденні завдання [2].

Зростання обсягу інформації та інформаційних потоків, з одного боку, і відсутність відпрацьованих способів інформаційного забезпечення процесу управління, з іншого, створюють протиріччя між необхідністю максимального використання зростаючого обсягу інформації при прийнятті управлінських рішень і реальним станом інформаційного забезпечення управлінської діяльності, особливо в малому бізнесі.

Сама специфіка малого бізнесу вимагає від його власника або менеджера наявності деяких непересічних особистісних якостей, зокрема особливого професіоналізму і майстерності у сфері управління людьми. Від цього багато в чому залежить і весь успіх його підприємницької діяльності (або – не успіх). Тут особистісні якості підприємця стають основою бізнесу, що неодноразово було підтверджено практикою в усіх країнах світу [1, с. 978]

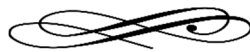
Інформаційне забезпечення управління персоналом на підприємствах малого бізнесу – це зв'язок інформації з системами управління підприємством і управлінським процесом загалом. Водночас інформаційне забезпечення є якісно новим видом самої управлінської діяльності. У зв'язку з цим визначення основних проблем малого бізнесу та способів їх розв'язання за допомогою інформаційного супроводу виробничої діяльності підприємства стають вельми актуальним сучасним завданням. Саму інформацію в менеджменті зазвичай трактують як сукупність відомостей, повідомлень, матеріалів, даних, що визначають міру потенційних знань менеджера про процеси або явища в їх взаємозв'язку.

Склад, зміст і якість будь-якої конкретної інформації, яка залучається до керівника малого підприємства, відіграють визначальну роль у забезпеченні дієвості управління ним. Водночас масив інформації, який навантажується на нього, не обмежується тільки економічними даними, він широко використовує технічну, технологічну та іншу інформацію. Але особливе значення має інформація, пов'язана з різними аспектами діяльності з управління персоналом.

З огляду на все сказане, треба зробити висновок про те, що загалом управління персоналом малого підприємства являє собою мало систематизований порядок дій. Однак комплексний характер діяльності працівників і підпорядкованість всіх функцій одній особі створюють передумови для виникнення системного підходу до управління персоналом на основі обробки різних інформаційних даних про персонал, його характеристики, особливості, здібності до трудової діяльності та творчої активності.

Список використаних джерел:

1. Аллахвердиева Л. М. Управління персоналом в малому бізнесі: специфіка особистого фактора. *Економіка і підприємництво*. 2015. № 7 (60). С. 976–979.
2. Енциклопедичний словник «Академік». URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/76628/> (дата звернення: 28.04.2017).



Дерен Зінаїда В'ячеславівна

(наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ЕНЕАЛТН – НАЦІОНАЛЬНА СИСТЕМА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Електронна система охорони здоров'я – це інструмент для забезпечення прозорості процесів в охороні здоров'я; система, яка дає змогу справедливо розподіляти кошти і забезпечує чесну оплату лікареві за пацієнта, не дозволяє чиновникам різних рівнів використовувати корупційні механізми та мінімізує можливість маніпуляції даними. А найголовніше – це система, якій люди довіряють дані про своє здоров'я.

Система впроваджується в Україні в рамках медичної реформи, яку просуває в. о. міністра охорони здоров'я Уляна Супрун [1].

Державне підприємство «Електронне здоров'я» (далі – ДП) було створено як окремий орган, що відповідає за забезпечення розробки такої системи відповідно до кращих міжнародних практик, відповідає за її безпеку, адміністрування, безпеку даних і залучення приватного прогресивного українського ІТ-сектору, який є одним з найсильніших у світі.

Ключове завдання ДП – побудувати стабільну, політично незалежну, безпечну електронну систему охорони здоров'я, забезпечити виконання Закону «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення», а також забезпечити необхідними ІТ-інструме-

нтами систему охорони здоров'я. Розробка системи відбувається не за рахунок коштів державного бюджету, а за сприяння міжнародних партнерів, які, зі свого боку, ретельно контролюють якість та ефективність витрати ресурсів та залучають найкращу міжнародну експертизу.

Як результат, у 2018 році ДП «Електронне здоров'я» в тісній співпраці з МОЗ, НСЗУ та міжнародними партнерами впровадили перший етап медичної реформи:

- ✓ більше 23 млн пацієнтів підписали декларації з лікарями первинної ланки;
- ✓ більше 24 тис. лікарів долучились до реформи;
- ✓ майже 2 тис. медичних закладів підписали договори з Національною службою здоров'я України;
- ✓ 15 бізнес-компаній стали частиною eHealth.

Крім досягнутих результатів, описаних нижче, також розроблені та очікують впровадження електронні медичні картки, електронні рецепти, якими пацієнт зможе скористатись в аптеках різних областей у рамках програми «Доступні ліки». На стадії розробки перебувають функціонал для програми «Безкоштовна діагностика» та електронні направлення пацієнтів. Уся розробка відбувається з чітким дотриманням термінів, погоджених ДП з МОЗ та НСЗУ в рамках Дорожньої карти розвитку eHealth на 2018–2019 роки [2].

У майбутньому система eHealth дасть можливість кожному швидко отримати свою медичну інформацію, а лікарям – правильно ставити діагноз з урахуванням цілісної картини здоров'я пацієнта. Вже не буде потреби в паперових медичних картах і друкованих довідках, які губляться і забуваються. Лікарі виписуватимуть електронні рецепти, які не можна буде ні загубити, ні підробити. Система міститиме всю медичну історію пацієнта, яка буде доступна і пацієнту, і його лікарям – все, як на долоні.

А державні органи розумітимуть, куди треба витратити державні кошти, щоб це принесило максимум користі, адже система накопичуватиме велику кількість статистики про захворювання і лікування. Внаслідок цього, українці будуть отримувати за державний коштом більше якісних медичних послуг.

В Україні система складатиметься з центрального компонента (ЦБД) – він відповідатиме за централізоване зберігання та обробку інформації – та медичних інформаційних систем (МІС), які лікарні та поліклініки можуть обирати на ринку і встановлювати в себе.

Центральний компонент контролюється державою. Адміністратором системи eHealth є створене з цією метою державне підприємство «Електронне здоров'я». Адміністратор вимагатиме від розробників МІС строго дотримуватися вимог надійності, безпеки та конфіденційності даних, якими їхні системи обмінюватимуться з центральним компонентом. Система також пройде сертифікацію Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України.

Медичні заклади зможуть обирати будь-яку медичну інформаційну систему з-поміж тих, які пройшли перевірку і підключилися до центрального компонента системи «Електронне здоров'я» [3].

У 2018 році eHealth взяла участь у конкурсі та представила модель трансформації медичної системи – «Private-Public Cooperation Model». Цей кейс увійшов до найкращих у світі та був опублікований на інноваційній платформі Обсерваторії інновацій у державному секторі (OPSI).

OPSI – команда європейських експертів, яка досліджує проекти в публічному секторі з усього світу та публікує кейси переможців, які, на їхню думку, змінюють державну сферу та життя всієї країни на краще. «OPSI визнали підхід eHealth «Private-Public Cooperation» в eHealth одним з найперспективніших у світі. Ця модель передбачає, що електронна система охорони здоров'я в Україні трансформується у тісній співпраці її головних партнерів та бізнес-сектору. Чому ця інновація є однією з кращих? Кооперація «держава–бізнес» здатна трансформувати систему на горизонтальну площину, створювати новий простір для інновацій, нові конкурентні ринки та головне – надавати найякісніші сервіси для громадськості. Я надзвичайно радий цій новині та пишаюся тим, що eHealth визнали прогресивною командою майбутнього уже на світовому рівні», – сказав генеральний директор ДП «Електронне здоров'я» Денис Мацуї [4].

Отже, електронна система охорони здоров'я – це система, яка допомагає пацієнтам отримувати, а лікарям – надавати якісні медичні послуги. А ще дає змогу контролювати, наскільки ефективно витрачаються виділені на охорону здоров'я державні кошти і запобігати зловживанням.

Список використаних джерел:

1. eHealth. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/EHealth>
2. Звіт про роботу ДП «Електронне здоров'я» за 2018 рік. URL: https://ehealth.gov.ua/wp-content/uploads/2019/01/UKR_SoE-REPORT_2018.pdf
3. Що таке система eHealth? URL: <https://portal.ehealth.gov.ua/about.html>
4. Українську модель впровадження eHealth визнали однією із найперспективніших у світі. *Міністерство охорони здоров'я України*. URL: <http://moz.gov.ua/article/news/ukrainsku-model-vprovadzennja-ehealth-viznali-odnieju-iz-najperspektivnishih-u-sviti>



Дідур Ірина Павлівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОГРАФІЇ ДЛЯ БЕЗПЕКИ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується впровадженням нових інформаційних технологій та комп'ютерних систем в усі сфери життєдіяльності. У зв'язку з цим значно зростає інтерес широкого кола людей не лише до інформації, а й відповідно – до проблеми інформаційного захисту. Проблема захисту інформації виникає насамперед через масове використання для обробки інформації засобів обчислювальної техніки з програмним забезпеченням, що дає змогу порівняно легко спотворювати, копіювати або знищувати оброблювану інформацію, а також змінювати штатні алгоритми накопичення, оброблення та передавання інформації каналами зв'язку. Одним з найкращих шляхів для розв'язання цієї проблеми є використання криптографії.

Загалом криптографія – наука, яка вивчає та розробляє методи, способи та засоби перетворення інформації у вигляд, який ускладнює чи робить неможливим несанкціоновані дії з нею. Криптографія базується на методах (алгоритмах) шифрування та дешифрування. Зі свого боку, криптографічний захист інформації є таким видом захисту інформації, що реалізується за допомогою перетворень інформації з використанням спеціальних даних (ключових даних) з метою приховування або відновлення змісту інформації, підтвердження її справжності, цілісності, авторства тощо. Криптографія, крім приховування інформації, також дає можливість переконатися в достовірності отриманих даних, тобто визначити, чи були вони спотворені при передачі; а також дає змогу визначити відправника, іншими словами, дає деяку гарантію, що дані отримані від легального відправника [1].

Криптографічні методи захисту інформації не є новими, вони з'явилися більш, ніж п'ять тисяч років тому, практично одночасно з зародженням письменності. До того ж, спочатку писемність сама по собі була криптографічною системою, тому що в стародавніх суспільствах нею володіли лише обрані. Священні книги Стародавнього Єгипту, Стародавньої Індії є тому прикладами. Зафіксовано використання криптографічних методів у давніх цивілізаціях Єгипту, Месопотамії та Індії. У ті часи криптографія являла собою письмове шифрування повідомлень. Наприклад, зсування алфавіту на певну кількість літер і таке інше. З появою ЕОМ, крім необхідності захисту переданих текстових повідомлень від несанкціонованого прочитання і спотворення, виникли нові завдання сфери захисту інформації, які раніше розв'язувались у рамках використовуваних «паперових» технологій – наприклад, підпис під електронним документом тощо [2].

Завдання криптографії, тобто таємної передачі, виникає тільки для інформації, яка потребує захисту. У такому разі говорять, що інформація містить таємницю або є приватною, секретною. У найпростішому випадку завдання таємної передачі повідомлення описується взаємодією трьох суб'єктів. Власник інформації, званий зазвичай відправником, здійснює перетворення вихідної інформації у форму переданих одержувачу відкритим каналом зв'язку зашифрованих повідомлень з метою її захисту від противника.

Методи криптографічного захисту інформації класифікують за багатьма ознаками. У процесі захисту можуть використовуватись безключові методи (хеш-функції, генерація псевдовипадкових чисел, односторонні перестановки); перетворення з таємним ключем (симетричне шифрування, цифровий підпис, хеш-функції, ідентифікація); перетворення з відкритим ключем (асиметричне шифрування, цифровий підпис). З огляду на таке різноманіття методів визначено певні загальні вимоги до них:

1. Зашифроване повідомлення має піддаватися читанню тільки за наявності ключа (набір параметрів для шифрування повідомлення);
2. Число операцій, необхідних для визначення ключа шифрування за фрагментом повідомлення, має бути не меншим за загальне число можливих ключів;
3. Число операцій, необхідних для розшифрування інформації, має виходити за межі можливостей сучасних комп'ютерів;
4. Знання алгоритму шифрування не має впливати на надійність захисту;
5. Незначна зміна ключа має призводити до значної зміни виду зашифрованого повідомлення навіть при використанні одного і того ж ключа;
6. Алгоритм має допускати і програмну, і апаратну реалізацію, причому зміна довжини ключа не має призводити до якісного погіршення алгоритму шифрування [3].

Для захисту даних у мережі Інтернет доцільно використовувати такі методи криптографічного захисту:

- Механізми аутентифікації – є одними з найважливіших у мережі Інтернет, оскільки вони дають змогу перевірити справжність особистості учасника взаємодії безпечним і надійним способом. Механізми аутентифікації досить часто використовують при реєстрації користувачів, вході в систему тощо. Доцільно використовувати такі типи механізмів аутентифікації: паролі або PIN-коди, одноразовий пароль, зустрічна перевірка (CallBack).

- Електронний підпис – використання цього методу дає змогу перевіряти цілісність даних, але не забезпечує їх конфіденційності. Електронний підпис додається до повідомлення і може шифруватися разом з ним при необхідності збереження даних у таємниці. У електронно-цифровому підписі для шифрування повідомлень використовується закритий, а для розшифрування – відкритий ключ. Він передбачає використання алгоритмів DSA, RSA, MAC, DTS.

- Використання симетричних та асиметричних методів – використовуються при сеансах обміну повідомленнями. Найпопулярніші алгоритми: DES, RSA, IDEA тощо.

Розглянуті методи криптографічного захисту інформації можуть використовуватись і програмно, і апаратно. Апаратне використання цих методів потребує використання значної кількості коштів, але забезпечує вищий рівень захисту. Можливість програмної реалізації обумовлюється тим, що всі методи криптографічного перетворення формальні і можуть бути представлені у вигляді кінцевої алгоритмічної процедури. При апаратній реалізації всі процедури шифрування і дешифрування виконуються спеціальними електронними схемами. Найбільшого поширення набули модулі, що реалізують комбіновані методи [2].

Отже, криптографія забезпечує підзвітність, прозорість, точність і конфіденційність даних. У новітніх інформаційних системах для шифрування повідомлень, які передаються, використовуються симетричні алгоритми шифрування, їх застосовують для генерації та поширення сеансових ключів. Сучасні системи шифрування мають основні переваги високої секретності при використанні асиметричних алгоритмів та швидкості роботи при симетричних алгоритмах. Тому для усунення недоліків у роботі симетричних та асиметричних методів найкращим способом є комбінування цих методів.

Список використаних джерел:

1. Савич Ю. О., Вовк Р. Б., Пасека М. С. Аналіз методів криптографічного захисту. *Інформаційні технології. Безпека та зв'язок: 8-а Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених, м. Дніпро, 24 лист. 2016 р. Дніпро, 2016. Ч. 1. С. 6–7.*
2. Інформаційні технології у криптографії. URL: <https://www.ua5.org/technol/109-nformacjnn-tekhnolog-u-kriptograf.html>
3. Задірака В. К. Олексик О. Комп'ютерна криптологія. Київ, 2002. 505 с.



Драчук Юлія Анатоліївна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

УДОСКОНАЛЕННЯ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Центральний орган виконавчої влади, що здійснює керівництво та управління солідарною системою загальнообов'язкового державного пенсійного забезпечення, проводить збір, накопичення та облік страхових внесків, призначає пенсії, готує документи для їх виплати, забезпечує фінансування та виплату пенсій, інших соціальних виплат, називається Пенсійний фонд України [1]. Згідно із законодавством, усі пенсійні виплати здійснюються з коштів Пенсійного фонду України. З 1 січня 2004 року набрав чинності Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування», який передбачає створення в Україні нової системи пенсійного забезпечення. Реалізацію пенсійної реформи передбачено шляхом запровадження трирівневої системи пенсійного забезпечення: рівень 1 – солідарна система; рівень 2 – загальнообов'язкова накопичувальна система; рівень 3 – добровільна недержавна система пенсійних заощаджень.

У 2017 році в Україні почали реформувати систему пенсійного забезпечення. Завдання реалізації пенсійної реформи: підвищити рівень забезпечення пенсіонерів; заохотити громадян до заощадження коштів на старість [2]. Було прийнято закон про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення пенсій. Наступний етап реформи – впровадження другого рівня пенсійної системи – накопичувального. До беззаперечних плюсів накопичувальної системи можна віднести: можливість отримати з системи гроші і одразу, і частинами за договором; заповідати накопичені кошти спадкоємцям; накопичити на надбавку до основної пенсії за віком. Накопичувальна система начебто і державна, і обов'язкова, за несвоєчасну виплату страхових внесків до неї навіть передбачені штрафні санкції, але управляти активами можуть приватні компанії з управління активами і недержавні пенсійні фонди [3]. Недержавні пенсійні фонди, які мали взяти на себе добровільне накопичувальне страхування, не забезпечили збереження грошей: через неспроможність фінансового ринку, інфляцію та інші ризики, зокрема революції і кризи. Проблемаю в запуску накопичувальної системи є неефективна, несправедлива солідарна пенсійна система. Основним завданням пенсійної реформи 2017 року передбачено збалансувати роботу солідарної системи і підготувати до запровадження накопичувальної пенсійної системи. Також залишається відкритим питання – хто буде обслуговувати обов'язкові накопичувальні пенсії – або діюча інфраструктура недержавних пенсійних фондів, або варто створити державний накопичувальний пенсійний фонд [4].

Міністерство соціальної політики України запропонувало відтермінувати запровадження накопичувального другого рівня пенсійної системи на один рік – до 1 січня 2020 року.

Про це йдеться у проекті закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо справедливого механізму нарахування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування».

Уряд анонсував уведення з 2019 року накопичувального рівня пенсійної системи. 11 жовтня 2018 року КМУ ухвалив так звану «дорожню карту» впровадження накопичувального рівня. За розрахунками урядовців, закон мав бути впроваджений з 1 січня 2019 року. В Україні діють перший та третій рівні, проте жоден з них не досконалий. Перший рівень – покоління працівників сплачує внески до Пенсійного фонду, з яких потім виплачуються пенсії людям похилого віку. Це так звана «солідарна система», до якої всі звикли. Третій рівень – добровільний накопичувальний. Громадянин добровільно накопичує кошти, з яких потім виплачуються пенсії. Цей рівень представлений в Україні недержавними пенсійними фондами. Другий рівень – обов'язковий накопичувальний, за яким працівники або роботодавці від їх імені, а в деяких системах і самозайняті особи, сплачують внески до накопичувального пенсійного фонду. Норма про запровадження обов'язкового пенсійного накопичення прийнята до реалізації з січня 2019 року. Уряд, зважаючи на норми законодавства, схвалив план наступного етапу пенсійної реформи – обов'язкове пенсійне накопичення. Тут доречним є переглянути світовий досвід реалізації пенсійного забезпечення. Зазвичай у провідних країнах світу пенсійні системи засновані на трирівневій моделі. Її учасниками є *держава*, що гарантує пенсію на рівні прожиткового мінімуму, *роботодавець*, який відраховує додаткові внески на індивідуальні рахунки працівників, і сам *працівник*, що формує свою пенсію завдяки добровільним внескам. В українських реаліях варіантів небагато: через величезну діру у бюджеті Пенсійного фонду віддавати на накопичувальний рівень частину чинної ставки ЄСВ навряд чи варто – це лише збільшить дефіцит ПФ. Інший логічний сценарій – підвищувати податки та вводити додаткові внески [5].

У меморандумі з МВФ Україна зобов'язалася відкласти другий рівень системи пенсійного забезпечення. Про це йдеться у тексті меморандуму між Україною та МВФ про економічну та фінансову політику в межах нової програми на 2018–2020 роки. Згідно з документом, протягом дії 14-місячної програми Stand-by МВФ (програма зосереджуватиметься на таких аспектах: продовження консолідації бюджету для того, щоб тримати державний борг на його шляху до зменшення; зниження інфляції за збереження гнучкого валютного курсу; зміцнення фінансового сектора, сприяння у відновленні активів і відновлення банківського кредитування; просування конкретно спрямованого комплексу структурних реформ (особливо для поліпшення процесів адміністрування податків, приватизації та управління). В Україні буде призупинено введення другого рівня системи пенсійного забезпечення. Якщо накопичувальна система почне працювати, її учасник зможе отримати довічну пенсію або одноразову виплату-додаток до пенсії у межах солідарної системи.

Довічна пенсія є аналогом пенсії, що виплачується у солідарній системі. Виплата такої пенсії буде здійснюватися страховою організацією, обраною застрахованою особою. Щоб отримати таку пенсію, після досягнення пенсійного віку учасник накопичувальної системи має укласти договір страхування довічної пенсії зі страховою організацією. Також необхідно повідомити Пенсійний фонд про обрану страхову організацію. Відповідний пенсійний фонд має звернутися до зберігача, у якого відкритий накопичувальний рахунок, з вимогою перерахувати страховій організації кошти, що знаходяться на накопичувальному рахунку такої особи. Отримувати довічну пенсію особа буде згідно з умовами договору страхування довічної пенсії [6].

Отже, призупинення реформування системи пенсійного забезпечення в Україні показує її недосконалість, тобто при розробці реформ не були розглянуті всі форс-мажорні обставини. Наразі реалізація другого рівня призупинена, і як далі буде працювати система пенсійного забезпечення – невідомо. Така ситуація ускладнює процес документального супроводу пенсійного забезпечення. Можливості інформаційного супроводу учасників системи пенсійного забезпечення та надання послуг автоматизованого контролю нарахувань доступні не всім користувачам.

Список використаних джерел:

1. Пенсійний фонд України. Словник фінансово-правових термінів / за заг. ред. Л. К. Воронової. 2-е вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2011. 558 с.
2. Пенсійний фонд України. Юридична енциклопедія: в 6-ти т. / ред. кол. Ю. С. Шемшученко [та ін.]. К.: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. 672 с.
3. Накопичувальна пенсійна система: вигоди і ризики. URL: <https://www.obozrevatel.com/publication/nakopichivalna-pensijna-sistema-vigodi-i-riziki.htm>
4. Накопительная система пенсий: что делать и почему это важно? URL: https://24tv.ua/ru/nakopitelnaya_sistema_pensiy_pobedit_li_zdravyiy_smysl_n1095895
5. Пенсійна реформа: другий етап. Яких ще змін чекати українцям. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/10/18/630199/>
6. Як працює накопичувальна пенсійна система. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/jak-pratsjuje-nakopichivalna-pensijna-sistema-2439179.html>



Дядькович Марія Олександрівна
(*наук. керівник –д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

**ОРГАНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ З
ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ**

Серед нас живуть люди, яких називають по-різному: інваліди, люди з особливими потребами, особи з обмеженими можливостями. У Європі – це «люди з підвищеними потребами» (відчуваєте різницю?) У світі їх налічується понад 650 млн, що становить приблизно 10–15 % усього населення, в Україні – 3 млн.

Інвалідність – це значне обмеження життєдіяльності, що призводить до соціальної непристосованості внаслідок порушення здатності людини до самообслуговування, пересування, орієнтації, навчання, спілкування, трудової діяльності. Дуже часто такі люди замикаються у просторі власного відокремленого для себе середовища. Нерозв'язність цієї проблеми породжує такі наслідки:

- трудова сегрегація, дестимуляція трудової і соціальної активності інвалідів, що негативно позначається на зайнятості, освітньому та культурному рівні;
- вимушена самоізоляція, яка обумовлює зростання попиту в надомних умовах;
- обмежений доступ до інформації;
- соціальна роз'єднаність.

На бібліотекаря, який працює з такими користувачами, лягає висока моральна і психологічна відповідальність. Дуже важливо не просто принести книгу, а й підтримати бесіду, виявити розуміння.

Якщо таких людей залучати до участі в конкурсах, виставках, вікторинах, презентаціях книжкових виставок, бібліотечних вечорах, засіданнях клубів за інтересами, то можна на практиці набути досвіду роботи з людьми з особливими потребами.

З метою систематичного обслуговування цієї категорії людей необхідно створити «Адресну картотеку», яка буде включати:

- ПІБ особи з особливими потребами;
- ПІБ опікунів;
- адресу, телефон;
- статтю;

- вік;
- вид захворювання;
- здібності, зацікавлення;
- вид бібліотечного обслуговування (на дому, в бібліотеці) [1].

Саме бібліотеки мають можливості стати центрами поширення інформаційної поведінкової культури, набуття якої веде до розуміння і толерантності.

На прикладі можна розглянути пристосованість бібліотек США і України до особливих користувачів.

У Бібліотеці Конгресу США діє Національна бібліотечна служба для сліпих і осіб з фізичними вадами, яка розсилає рельєфно-точкові та «озвучені» книги у бібліотеки усіх штатів. Видавництва друкують книги зі збільшеним зображенням. Така література надсилається до найменших і найвіддаленіших бібліотек. Кожна бібліотека пристосована для відвідування її людьми з різними фізичними вадами. Для незрячих передбачено супроводження людиною чи собакою.

У Солт-Лейк-Сіті було відкрито публічну бібліотеку, і кожен житель переказав на рахунок будівництва по 50 доларів. У бібліотеці передбачено надання всіх послуг людям з вадами здоров'я. Тут працюють 230 працівників і 500 волонтерів [3].

У Штаті Юта є спеціалізована бібліотека для незрячих людей, а також осіб, які з інших причин не можуть читати чи дістатись до бібліотеки. У бібліотеці сконцентровано велику кількість книг зі шрифтом Брайля та аудіокниг. Тут можна замовити літературу по телефону і її доставлять до домівки адресата. Для бібліотеки гроші виділяються з місцевого бюджету.

Безперечно, подібні приклади – це те, чого наша держава повинна прагнути досягти. Сьогодні до цього процесу активно долучається низка бібліотек України, зокрема й Науково-технічна бібліотека Національного університету «Львівська політехніка». У ній з допомогою шведських партнерів із Академії Свефі (м. Хапаранда, Швеція) обладнано комп'ютеризовані робочі місця для користувачів з вадами зору із підключенням до принтера, що здійснює роздрук шрифтом Брайля, і з так званим брайлівським дисплеєм та DAISY-плеєром [2].

В Україні є унікальна бібліотека для сліпих у Львові, яка працює з 1962 року. Тут зібрано понад 40 тис. книг, обслуговується близько 1 000 читачів. Також працівники розносять книги людям, які не мають змоги прийти в бібліотеку. Для бібліотеки кілька незрячих самостійно надрукували 20 томів інструкцій до ліків.

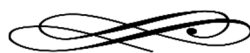
У Києві є Центральна спеціалізована бібліотека для сліпих ім. М. Островського в Києві, в якій відкрито центр «Інтернет-Окуляр», де є лазерний і брайлівський принтери та сканер.

Подібні приклади – показники того, що бібліотеки України у своїй діяльності намагаються робити все можливе для якісного обслуговування людей з обмеженими можливостями та сприяння їх соціальній активності. Користування книгозбірнею сприяє інтеграції інвалідів у суспільне життя, що є дуже важливим для цих людей, адже так у них збільшується досвід і навички спілкування.

Організація системи обслуговування цієї категорії користувачів має здійснюватися за підтримки органів управління і бути забезпечена законодавчо, а фінансування має підтримуватися з бюджетів різних рівнів та за рахунок допомоги меценатів і спонсорів.

Список використаних джерел:

1. Безпалько О. В. Соціальна робота в громаді: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів. К.: Центр учбової літератури, 2005. 172 с.
2. Коновалова М. П. Инвалид – общество – библиотека: учебно-методическое пособие. М.: Либерия – Бибинформ, 2006. 136 с.
3. Мазурина Н. Благоприятный микроклимат: обслуживание читателей с ограниченными возможностями. *Библиотека*. 2011. № 6. С. 57–58.
4. Мирошніченко Н. О. Світовий досвід розв'язання соціальних проблем осіб з функціональними обмеженнями. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2007. № 2. С. 24–35.



Зарудняк Вікторія Ігорівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АРХІВІ

Основною перевагою автоматизації архівної справи є одноразове введення інформації. Під час описування інформації архівіст повинен за розробленою формою ввести всю можливу інформацію про технологічний процес, а потім – багатоваріантно його використовувати для різних цілей. Зазначене стосується і обліку, і збереження та використання інформації. Автоматизація в архіві потребує перегляду традиційних видів обліку документів та їх подальшого використання (від комплектування до НДА) задля створення універсального опису – дескриптивного стандарту архівної інформації [5, с. 4].

Проблема автоматизації архівної справи в Україні ставала об'єктом дослідження в роботах Г. В. Боряка, Л. А. Дубровіної, С. М. Кіржаєва. Зокрема, Л. А. Дубровіна розглядала структуру і зразки автоматизованого опису архівного фонду для Національного зведеного банку даних.

Слабке фінансування архівної галузі є домінуючою причиною гальмування впровадження інноваційних технологій через недостатнє наповнення комп'ютерного парку, труднощі щодо придбання якісного ліцензійного програмного продукту. Основні завдання, які треба розв'язати для досягнення мети для виведення діяльності архівів на світовий рівень, – створення структурних підрозділів в установах та залучення спеціалістів відповідного фаху, впровадження стандартів опису різних груп документів, створення локальних внутріархівних мереж, використання комп'ютерної техніки для забезпечення зберігання архівних масивів інформації, залучення спеціального високотехнологічного обладнання для оцифрування, створення єдиного інформаційного поля архівних установ з виходом до глобальної мережі, фінансова підтримка власних сайтів, створення АРМ користувачів в установах та використання дистанційних методів розповсюдження інформації, впровадження вітчизняного аналогу Міжнародного стандарту архівного описання –

Можна також констатувати те, що темпи розвитку і використання автоматизованих технологій в архівній справі здебільшого визначаються фінансово-економічним станом країни та фази рівнем фінансування галузі. Це пояснюється тим, що серйозне відставання від світового рівня потребує значних інвестицій, зокрема у створенні відповідного технічного та програмного забезпечення. Цим можна пояснити і повільний характер залучення сучасних технологій у роботі архівних установ через різні можливості у придбанні комп'ютерної техніки окремими установами галузі. Суттєвою перешкодою на шляху впровадження автоматизованих інформаційних технологій в архівах, крім недостатнього фінансування, є практична відсутність кваліфікованих фахівців. Потребують уваги проблеми розвитку архівної теорії та архівознавства як спеціальної наукової дисципліни у контексті тих комунікаційних процесів, що змінюють світ.

Комп'ютеризація технологічних процесів архівної справи в галузі управління, комплектування, облік, використання, зберігання документів мають базуватися на підготовці типових науково-методичних, зокрема регламентуючих, документів, які забезпечуються існуючими нормативно-інструктивними документами, розробленими архівною галуззю протягом усього періоду її існування.

Найдоступнішим вирішенням є послідовне закладення до БД архівних описів каталогів на комп'ютерні носії та автоматичне створення за цими даними каталогу нових надходжень у комп'ютерному режимі, а також переведення існуючих каталогів ретроспективної інформації у бази, не повертаючись до фондів на картковому рівні. Отже, об'єктом автоматизації є окремі технологічні процеси і НДА в управлінні архівною справою та інформацією. Вибір об'єкта супроводжується його описуванням для створення моделі даних. Такими об'єктами

мають стати технологічні процеси, зокрема комплектування, облік та різні види НДА (описи, каталоги, покажчики), які є технологічно пов'язаними між собою.

Варто зауважити, що єдність політики інформатизації складається з необхідності уніфікації архівного опису різного рівня та проведення стандартизації технологічних процесів на архівознавчому рівні, та на рівні типологізації програмних рішень, створення єдиних для типових завдань програмно-технологічних комплексів та нових рішень, які були б сумісними, але розв'язували б різні завдання відповідно до об'єктів інформації.

Умовно програму автоматизації архівної справи можна поділити на такі напрями:

1) автоматизація поточної технології в її повному циклі – від комплектування та обліку до створення електронних каталогів, БД та інформаційних систем за складом і змістом документів НАФ, що забезпечить замкнуте коло технології галузі від певного періоду;

2) автоматизація ретроспективної інформації внутрішньофондового рівня, поставленої на облік в архівних установах та відображеної в системі НДА, що існує в традиційному режимі. Складний родо-видовий та хронологічний склад документів як об'єктів потребує створення окремих стандартних археографічних структур опису для локальних БД, і цю роботу досі не вдається проводити системно [3, с. 90].

Світова практика спирається на стратегію комп'ютеризації архівної справи, зокрема процесу поточної технології та централізованого обліку верхнього рівня ретроспективної інформації – рівня архіву та фонду. Найдоцільнішою є комп'ютеризація процесів комплектування та централізованого обліку архіву: облікова інформація рівня установ-джерел комплектування та рівня архівного фонду, розробки якої почато в архівній системі. Розгортання комп'ютеризації потребує розробки відповідної стандартизованої архівної термінології та її використання в комп'ютерних системах. Вагомим завданням при цьому є розробка предметних рубрик класифікаційних схем, які містять класифікацію за системою знань, адміністративно-політичним і територіальним поділом, географічних найменувань, персоналій, авторитетні бази даних (установ та імен).

Інформаційно-технологічні аспекти запровадження автоматизованої технології в архівах передбачають вибір та пристосування до архівних завдань відповідного програмного забезпечення з орієнтацією на його подальший розвиток та підтримку, типізацію методів у проектних рішеннях під час впровадження програмного забезпечення та побудови інформаційних систем і мережі відповідно до завдань, що стоять перед архівною справою, а також постійну підтримку функціонування систем, захист інформації, оновлення обладнання та модифікації програмних рішень [4].

За сучасних умов системного підходу до інформатизації архівної галузі принципового значення набуває типізація програмного забезпечення та основних технологічних рішень, що дасть можливість у кінцевому результаті ефективно використовувати матеріальні ресурси і кадровий потенціал архівних установ, а також забезпечити сумісність національних, регіональних і локальних БД архівної системи на рівні горизонтальних та вертикальних зв'язків.

Загалом в умовах інформативного вибуху, який набув глобального характеру на зламі століть, та своєрідної революції в комп'ютерних технологіях архівістики проблеми автоматизації архівної справи висувуються на одне з чільних місць. Саме автоматизація є важливим чинником входження архівної системи України у світовий інформаційний простір.

Список використаних джерел:

1. Архівознавство: підруч. для студ. іст. ф-ів вищ. навч. закладів України / за заг. ред. Я. С. Калакури та І. Б. Матяш. 2-ге вид. перероб. і доп. К.: КМ Академія, 2002. 356 с.
2. Архивоведение: учебн. пос. 5-е изд. доп. М.: Академия, 2007. 272 с.
3. Боряк Г. В. Десять років інформатизації архівної справи в Україні: Проблеми. Здобутки. Перспективи. URL: <http://www.archives.gov.ua/Publicat/Researches/Doslidz-Voryak.php#Top>

4. Боряк Г. В. Інформатизація архівної галузі сьогодні: поточні здобутки і завдання формування електронних ресурсів. Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. К., 2004. Вип. 11. Ч. 2. С. 4–9.

5. Національна архівна інформаційна система «Архівна та рукописна Україніка» і комп'ютеризація архівної справи в Україні: зб. наук. праць. *Інформатизація архівної справи в Україні: Сучасний стан та перспективи*. К., 1996. Вип. 1. 308 с.



Жмілько Євгеній Васильович

(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ (НА МАТЕРІАЛАХ СЕМЕНІВСЬКОГО РАЙОНОГО БУДИНКУ ДИТЯЧОЇ ТА ЮНАЦЬКОЇ ТВОРЧОСТІ)

Одним із напрямів підвищення ефективності навчально-виховного процесу в позашкільних закладах є впровадження нових інформаційних технологій, оскільки питання забезпечення належного рівня інформаційного обслуговування навчального процесу у позашкільній залишається актуальним в сучасних умовах реформування освіти.

Урахування нових пріоритетів сучасної освіти, потреб і запитів учнівської молоді, інтересів і вподобань вихованців закладу, замовлення батьків на якісну позашкільну освіту зумовили необхідність активізації роботи над розв'язанням цієї проблеми. Розглянемо цю проблему на матеріалі Семенівського районного Будинку дитячої та юнацької творчості.

У діяльності цього закладу останнім часом широко використовуються інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ).

Відомо, що поняття «інформаційно-комунікаційні технології» потрактовується як «апаратні й програмні комп'ютерні засоби організації пізнавальної, творчої, науково-дослідницької діяльності вихованців» гуртків, творчих об'єднань [2]; фото-, аудіо-, відеоапаратура, засоби телекомунікаційного зв'язку, копіювально-розмножувальна техніка, що використовується для забезпечення повноцінного навчально-виховного процесу та дозвілдової діяльності в позашкільному навчальному закладі.

На думку дослідників, сучасні комп'ютерні та інформаційно-комунікаційні технології, що активно впроваджуються у навчально-виховний процес гуртків, творчих об'єднань позашкільних навчальних закладів, забезпечують його оптимізацію, технологічність і відкривають нові перспективи для використання інформаційно-комунікаційних технологій, а саме:

– забезпечення нової, активної форми фіксації продуктів інтелектуальної і творчої діяльності людини у вигляді текстових документів, графічних таблиць, мультимедійних презентацій, фото- і відеодокументів тощо, що надає можливість їх подальшого перетворення, вдосконалення і поширення;

– доступ до практично необмеженого обсягу потрібної навчальної і наукової інформації, високу швидкість її отримання, варіативність способів аналітичного оброблення, виникнення феномену «безпосереднього включення» особистості в інформаційний простір людства [5, с. 5].

З огляду на зазначене, вважаємо, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології у практичній діяльності гуртків, творчих об'єднань позашкільних навчальних закладів мають виконувати такі функції:

– засобу навчання (застосування мультимедійних навчальних курсів, дистанційної форми освіти);

– зразка сучасних інноваційних технологій, що розвиває навички оволодіння ними, дає знання про їх назви і функційне призначення складових елементів і системи зв'язків, принципи роботи апаратного і програмного забезпечення;

– ефективного тренажера, що розвиває пізнавальну і творчу активність особистості, спонукає її ухвалювати власні оригінальні рішення, бачити їх результати, перевіряти їх правомірність тощо [1].

Систематичне включення інформаційно-комунікаційних технологій у навчально-виховний процес гуртків, творчих об'єднань позашкільних навчальних закладів забезпечує формування і розвиток інформаційно-комунікаційної культури педагогічних працівників та вихованців.

У науковій літературі поняття «інформаційно-комунікаційна культура особистості» розглядається як «комплекс понять, уявлень, знань, умінь і навичок, які формують у вихованця певний стиль мислення (заснований на логіко-математичній і гуманітарній підготовці, яку учень отримує у межах поглибленої спеціалізації), що дає змогу особистості ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології у будь-якому виді пізнавальної або творчої діяльності» [2].

Серед базових складників мережі інформаційного середовища позашкільного навчального закладу, що використовує комп'ютерні технічні інновації, можна виокремити такі:

– повноцінна багатofункціональна медіатека, що містить мультимедійні, інтерактивні навчальні програми з різних галузей освіти, науки і культури, навчально-методичні матеріали з основних напрямів позашкільної освіти, розраховані на різні вікові категорії вихованців;

– віртуальна Інтернет-бібліотека, яка надає широкі можливості для використання всіма учасниками освітнього процесу (і вихованцями гуртків, творчих об'єднань, і педагогічними працівниками) необхідної інформації, систематизованої за розділами;

– ланка дистанційного навчання, що дає змогу брати участь у різноманітних пошукових і дослідницьких проектах, конкурсах, Інтернет-олімпіадах, курсах підвищення фахової кваліфікації;

– інформаційний і редакційно-видавничий центр, що забезпечує створення, підтримку та оновлення сайтів, навчальних, творчих, пошукових, дослідницьких, експериментальних проєктів, випуск інформаційних публікацій, газет, тез учнівських робіт, текстів виступів на конференціях, методичних і навчальних посібників тощо;

– каталог інформаційних баз даних, які містять вичерпну організаційну, методичну та консультативну інформацію щодо реалізації навчальних і творчих проєктів, написання пошукових, науково-дослідницьких робіт та всіх етапах діяльності над їх створенням;

– структурована електронна бібліотека методичних матеріалів, пошукових, дослідницьких, експериментальних робіт з різних навчальних дисциплін, рефератів, які можуть бути використані як зразки для оформлення і написання конкурентноспроможних навчальних проєктів та як інформаційна база даних для подальшого використання вихованцями і педагогами в навчально-виховному процесі гуртків, творчих об'єднань;

– електронний банк даних творчо обдарованих і талановитих вихованців гуртків, творчих об'єднань різних напрямів позашкільної освіти конкретного навчального закладу, текстів, фото- та відеоматеріали про їхні творчі здобутки, моделі індивідуальних навчальних програм тощо [4, с. 25].

Отже, ми коротко проаналізували способи впровадження нових інформаційних технологій у діяльність позашкільного навчального закладу, можливості використання комп'ютерних технологій в навчально-виховному процесі. Розв'язання цієї проблеми може стати потужним фактором створення моделі оновленого позашкільного закладу на засадах використання сучасних інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про позашкільну освіту». *Позашкільна освіта в Україні (нормативно-правові акти)*. К.: НЕНЦ, 2002. С. 3–32.
2. Закон України «Про Національну програму інформатизації». *Урядовий кур'єр*. 1998, 12 березня. С. 9–12.

3. Концепція позашкільної освіти та виховання. *Виховна робота в закладах освіти України: збір. нормат. докум. та метод. рекомендац.* Випуск II. К.: ІЗМН, 1998. С. 192–203.
4. Вовковінська Н. В., Дорошенко Ю. О., Забродська Л. М. Інформатизація середньої освіти: програмні засоби, технології, досвід, перспективи / за ред. В. М. Мадзігона та Ю. О. Дорошенка. К.: Педагогічна думка, 2003. 276 с.
5. Габрусев В. Використання у навчальному процесі сучасних операційних систем. *Інформатика*. 2003, № 4. С. 6–8.
6. Луначек В. Е. Інформаційно-комунікаційні технології в управлінні загальноосвітнім навчальним закладом. Харків: Основа, 2004. 96 с.
7. Сиротенко А. Й., Пустовіт Г. П., Мачуський В. В. Соціально-педагогічні основи діяльності позашкільних закладів у сучасних умовах гуртків науково-технічного напрямку: наук.-метод. посіб. К.: Грамота, 2005. 80 с.



Зеленська Оксана Миколаївна

(наук. керівник – д-р іст. наук, доцент Передерій І. Г.)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

ПРОБЛЕМА ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОФОРІЄНТАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасна доба, що має загальноприйняте визначення інформаційної, у вітчизняному контексті характеризується стрімким розвитком ринку освітніх послуг. Він вимагає наразі обов'язкового впровадження новітніх інформаційних технологій у навчальний процес і, відповідно, в усі інші види діяльності закладів освіти, зокрема й у цілеспрямований процес професійної орієнтації молоді. Щороку спостерігається зростання значущості цього виду діяльності для закладів вищої освіти, насамперед у зв'язку із суттєвим відтоком потенційних абітурієнтів у закордонні країни. Саме тому зазначений вид діяльності набуває відповідної ваги, а відтак – і потребує використання передових сучасних методів, спроможних забезпечити досягнення високого рівня результативності. Пошук та впровадження нових засобів профорієнтаційної роботи ставить до неї значно вищі вимоги, ніж це було це кілька років тому.

Можна констатувати факт існування суперечності щодо потреб у професійній орієнтації молоді та недостатньої практики використання інформаційних, інтелектуальних та мережевих технологій з метою реалізації цієї функції ЗВО [3]. У зв'язку з постійним удосконаленням мережевих технологій та їх поширенням на всі сфери людської діяльності особливої актуальності набуває проблема здійснення ефективної профорієнтаційної роботи серед учнівської молоді з використанням можливостей Інтернету. Такий спосіб здатний розширити доступ до відповідної інформації, створити умови для виваженого вибору спеціальності через проходження різноманітних методик і тестів, забезпечити ефективний зв'язок через онлайн-профконсультування.

Упровадження нових технологій у сфері профорієнтації створює умови для релевантного професійного вибору, адже на сьогодні застарілі методи професійної орієнтації не відповідають очікуванням молоді. Тому виникає необхідність використання таких ефективних Інтернет-засобів, які зацікавлять та зможуть задовольнити різновекторні вимоги найвибагливішої молоді спільноти.

Перехід до комп'ютеризації управління процесами професійної орієнтації є порівняно недорогим, економним і досить перспективним засобом, що може забезпечити підвищення

швидкості пошуку потенційних студентів, збільшити територію осягнення відповідною роботою та зменшити витрати на неактуальні засоби профорієнтаційної діяльності. У цьому разі профорієнтаційну роботу можна буде перетворити на один із актуальних напрямів свідомо організованих зв'язків із громадськістю.

Використовуючи власну сторінку в Інтернеті, заклад вищої освіти має змогу ознайомити цільову аудиторію з актуальними новинами, особливостями вступу та навчання. Основною вимогою до такого ресурсу є поєднання даних, які відображають усі аспекти вибору майбутньої професії, а саме інформування, консультування, оцінювання підтримки ухвалення рішень, різноманітне тестування.

Також професійну орієнтацію в мережі Інтернет можна ефективно здійснювати через популярні соціальні мережі, а саме групи, спільноти, де можна ненав'язливо поширити серед потенційних абітурієнтів необхідну інформацію, а також відеоматеріали, фотографії, запрошення на різноманітні заходи закладу тощо. Такий вид профорієнтації дає змогу значно модернізувати процес професійного інформування. І надати йому форми двосторонньої комунікації, в якій максимально будуть задовольнятися та враховуватися інтереси обох сторін. Останнє, як відомо, є обов'язковою умовою успішних «паблік рілейшнз».

За допомогою мережі Інтернет заклад вищої освіти має змогу інформувати майбутніх студентів про проведення профорієнтаційних заходів, надавати рекомендації з вибору спеціальності в режимі онлайн, проводити опитування та тестування (головною перевагою якого є те, що результати можна переглянути одразу і самовизначитися у перспективному професійному напрямі), створити власну базу абітурієнтів до початку вступної кампанії.

Використання нових інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, є доречним інтерактивним та мобільним засобом і для проведення професійного консультування, яке має низку переваг порівняно з традиційним, оскільки зможе забезпечити конфіденційність, індивідуальний підхід, неупередженість, відсутність черг і часового бар'єру, територіальну незалежність та оперативне отримання результатів.

Проте унікальність і багатовимірність індивідуальних чинників, що впливають на процес вибору фаху, не може повною мірою бути втілено як модель у середовище комп'ютерних систем. Завдання полягає в тому, щоб хоча б частково підтримати і забезпечити освітній процес засобами інтелектуальних інформаційних технологій, що відображають найістотніші аспекти освіти та вибору професії [1].

Основними методами професійного консультування молоді засобами мережі Інтернет є онлайн-спостереження, аналіз документів, інтернет-анкетування, бесіди через інтерактивні системи спілкування, визначення профконсультантом індивідуальних характеристик особистості, ознайомлення відвідувачів веб-ресурсу закладу вищої освіти з необхідною користувачам інформацією [1].

Загалом упровадження ресурсів мережі у процес профорієнтаційної роботи сприятиме активізації інтересу до самостійного ознайомлення зі спеціальностями бажаного закладу вищої освіти, орієнтованого виявлення психофізіологічних особливостей, здібностей і нахилів молоді до певних видів діяльності. До того ж завдяки всесвітній мережі профорієнтаційні послуги є доступними для кожного у будь-який час доби [3].

Крім того, застосування мережевих технологій допомагає реалізувати діагностичну функцію, яка завдяки інтерактивному спілкуванню, відеоспостереженню, тестам та використанню інших засобів дає змогу визначити динаміку інтелектуального розвитку особистості та її професійну спрямованість, зокрема в галузі інформаційно-технологічної підготовленості та функціональної грамотності. Отже, молодь має можливість самовизначитися щодо власних здібностей, переваг та подальшого професійного спрямування [2].

Отже, основними засобами профорієнтаційної діяльності закладу вищої освіти, які він може здійснювати за допомогою інтернет-ресурсів, є такі: наявність та постійне оновлення сайту вишу з урахуванням змін у програмах професійної підготовки, освітніх подій, новин студентського життя та поступального розвитку ЗВО; проведення презентацій спеціальності студентами та викладачами на сторінках різноманітних веб-ресурсів, включно з популярними

соціальними мережами; проведення електронних анкетувань школярів та за його результатами надання рекомендацій щодо вибору спеціальності; реалізація тренінгових програм для абітурієнтів, що мають на меті допомогти визначитися з майбутнім фахом.

Список використаних джерел:

1. Берко А. Ю., Коляса У. Я. Інформаційне забезпечення інтелектуальних систем професійної орієнтації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 673. С. 41–49.
2. Коваленко А. В. Особливості профорієнтаційної роботи з майбутніми абітурієнтами для вступу на інженерно-технічні спеціальності. *Вестник Харьковского национального автомобильно-дорожного университета*. 2016. Вып. 73. С. 24–27.
3. Попова Т. С. Реалізація профорієнтаційної діяльності шляхом застосування сучасних засобів інтернет-технологій. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2013. Вип. 17 (2). С. 181–190.



Калашнікова Світлана Романівна

(наук. керівник – канд. філос. наук, доцент Вощенко В. Ю.)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

АВТОМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМИ З ОРЕНДИ АВТОМОБІЛІВ (НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «ТОРГОВИЙ ДІМ «АВТОДІМ ПОЛТАВА»)

В умовах розвитку інформаційного суспільства автоматизація процесів на підприємствах, в установах та організаціях активно впроваджується та перетворюється на рушійну силу економічного ринку в Україні і в усьому світі. Для результативної роботи потрібні ефективні методи та кваліфіковані спеціалісти. Пошук шляхів оптимізації процедури оренди автомобілів на ТОВ «Торговий Дім «Автодім Полтава» допоможе створити автоматизовану систему, яка дасть змогу удосконалити роботу з клієнтами.

Почнемо з того, що нам потрібно розробити базу даних для інформаційного забезпечення нашої системи. Основою нашої БД буде повна інформація про автомобілі та клієнтів, що будуть підписувати договори оренди. Усі документи будуть занесені до спеціального реєстру орендованих авто на підприємстві.

Паралельно нам потрібно налагодити бізнес-процес з оренди. Є компанія, її продукт і клієнт. Алгоритм дій компанії з надання продукту клієнтові – це і є сам процес. Такий алгоритм легко повторюється, забезпечує зростання і прибуток [2].

Інші цикли в роботі, не пов'язані безпосередньо з клієнтом, але приносять економію витрат або зростання прибутку, теж є БП (бізнес-процесами) [3].

Якість виконання залежить від простоти поставлених завдань та правильності їх регламентації. Тільки вчасно оновлюючи, доповнюючи або скорочуючи послідовність дій ви впливаєте на конкурентоспроможність на ринку компанії.

Наочний приклад бізнес-процесу – це задача автомобілів в оренду ТОВ «ТД «Автодім Полтава». Щоб здавати автомобілі Volkswagen, нам потрібно:

1. купити б/у / новий автомобіль або взяти автомобіль з пробігом чи автомобіль з тест-драйву (стартовий капітал);
2. зробити ТО і заправити (забезпечення ресурсів);
3. подати оголошення, розповідати про нову послугу клієнтам (маркетинг, реклама);
4. зустрітися з клієнтом, підписати договір і здійснити оплату (реалізація);

5. віддати ключі та довіреність на авто, домовитися про спосіб повернення (доставка й супроводження товару);

6. в обумовлений термін забрати авто, ключі і закрити договір (закінчити сесію).

Пункти 3–6 і є циклічним алгоритмом, що дає прибуток [1].

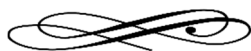
Впровадження автоматизованої системи з оренди автомобілів замість звичайного кабінетного поділу праці знімає затрати в людино-годинах, вимагає лише технічного забезпечення системи та одного-двох фахівців для ведення обліку автомобілів та видачі-прийому транспортних засобів.

У довгостроковій перспективі якісна модернізація підприємства корисна тим, що власник свідомо і систематизовано знизить витрати і збільшить виручку. Автоматизована система з оренди автомобілів дасть можливість збалансувати трудовитрати та вийти на новий рівень надання послуг у м. Полтава.

Отже, пропозиція введення автоматизованої системи з оренди автомобілів на ТОВ «ТД «Автодім Полтава», безумовно, буде якісним та новим методом отримання прибутку на підприємстві та створить сприятливі умови для вдосконалення діяльності. Це дасть змогу гідно конкурувати з іншими сервісами оренди транспортних засобів у м. Полтава, адже ми зможемо пропонувати якісні та безпечні автомобілі для користування фізичним і юридичним особам.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук К. Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012.
2. Отенко І. П., Малярець Л. М., Іващенко Г. А. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства: наук. вид. Х.: Вид. ХНЕУ, 2007.
3. Фаріон І. Д., Перезова І. В. Організація обліку, контролю й аналізу: навч. посібник. Тернопільський національний економічний ун-т. Т.: Економічна думка, 2007.



Квасюк Аліна Миколаївна

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Сьогодні реклама є суперечливим поняттям. Вона добре впливає на ріст економіки, капіталовкладення, підтримує конкуренцію, сприяє збільшенню кількості робочих місць, є головним інформатором для споживачів, а також розширює ринки для нових товарів. Водночас, проявляється негативний бік реклами, оскільки вона може створювати бар'єри для вступу на ринок, призводити до виснаження ресурсів, монополізації.

Основним нормативним актом, що регулює рекламну діяльність в Україні, є Закон України «Про рекламу» [1]. Так, відповідно до статті 1 цього Закону, реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1]. Основними принципами рекламної діяльності в Україні є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

Підґрунтям нормативно-правової частини механізму регулювання рекламної діяльності в Україні є Конституція України [2], а саме ті її положення, що стосуються прав громадян держави щодо об'єктивної інформації, свободи творчості, володіння результатами своєї інте-

лектуальної та творчої діяльності використання державної мови (статті 10, 54, 144 тощо). Рекламна діяльність є однією з форм громадської діяльності в Україні, тому майже всі норми, що прописані у Конституції, так чи інакше стосуються здійснення рекламної діяльності й усіх форм громадської діяльності в державі.

Конституція України та Закон України «Про рекламу» – це не єдині законодавчі акти, що використовуються в цьому процесі. Серед інших Закони «Про авторське право і суміжні права», «Про охорону прав на знаки для товарів», «Про інформацію», «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення» тощо.

Варто зауважити, що правові норми, які регулюють відносини у сфері рекламної діяльності, спрямовані передусім на запобігання та припинення недобросовісної конкуренції на рекламному ринку, дотримання правил рекламної діяльності та захисту прав споживачів. Тому доречно зазначити, що законодавству України про рекламу притаманні ті самі недоліки, які характерні для всього чинного законодавства, зокрема існує один комплексний закон у галузі реклами і близько 20 підзаконних нормативних актів, що, зі свого боку, призводить до нестабільності та внутрішньої суперечливості законодавчих актів у сфері реклами. Наприклад, це стосується припинення порушень у вигляді недобросовісної реклами. Процедура припинення антимонопольних порушень, що передбачена Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [3], не враховує особливостей, притаманних проявам недобросовісної реклами. Крім того, процедури припинення правопорушень щодо недобросовісної реклами, закріплені і в Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та Законі України «Про рекламу», є вельми складними і не відповідають головній меті – найшвидшому припиненню будь-якого правопорушення.

Упорядкування норм законодавства про рекламу треба здійснювати комплексно, із систематизацією всіх нині діючих правових норм, які регулюють діяльність суб'єктів ринку реклами України. Основна мета заходів щодо систематизації чинного законодавства про рекламу – зробити його доступнішим і зрозумілішим, зручнішим для практичного застосування учасниками, котрі зайняті в рекламній сфері.

Окрім того, одночасно з систематизацією законодавства про рекламу треба узгоджувати українське законодавство про рекламу з європейським та міжнародним законодавством з питань реклами [4]. Проте подальший розвиток законодавства про рекламу буде залежати від якості й ефективності здійснюваних в Україні реформ, спрямування державної політики у сфері рекламної діяльності.

На відміну від розвинених країн, де державне втручання в економіку обмежене законодавчо, в Україні тривалий час спрямування розвитку економіки буде залежати від держави, і навіть ті механізми саморегуляції ринкової економіки, що нині діють в Україні, регулюються державою.

Саме тому важливе значення для визначення перспектив розвитку законодавства про рекламу має державна політика у сфері рекламної діяльності.

Сьогодні, на жаль, відсутня цілісна система державного управління рекламою в Україні. Про це свідчать такі аргументи:

1) відсутність сформованої державної політики управління рекламою. Особливо небезпечною в цьому плані є відсутність прозорої системи принципів, що лежать в основі цієї політики;

2) відсутність затвердженої Концепції розвитку реклами не тільки на перспективу, але й на поточний момент. Як наслідок – відсутність державної програми розвитку національної реклами;

3) не існує чіткої системи управління рекламою з боку органів державної виконавчої влади (що не ставить під питання сумлінність та результативність діяльності співробітників Держспоживстандарту України та Антимонопольного комітету). Недостатньо активно працює Рада з питань реклами при Кабінеті міністрів України;

4) не координується на державному рівні система регулювання реклами органами місцевого самоврядування;

5) недостатнє залучення органами державної влади громадських організацій рекламистів до реального обговорення рішень [5].

Поточне вітчизняне нормативно-правове забезпечення рекламної діяльності має багато недоліків і потребує значного вдосконалення. Необхідно здійснити уточнення термінології,

що використовується в законодавстві, переглянути й деталізувати механізм регулювання рекламного ринку відповідними державними органами.

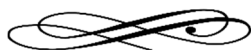
Проаналізувавши Закон України «Про рекламу», можна зазначити, що державне регулювання рекламної діяльності спрямоване одночасно на захист споживачів реклами. Отже, метою державного регулювання рекламної діяльності в Україні має бути захист від недобросовісної реклами, а також запобігання та припинення створення недобросовісної реклами, яка може завдавати шкоди майновим і немайновим правам споживачів реклами та суспільним інтересам.

Система державного управління рекламним ринком та іншими видами ринків маркетингової комунікації на сьогодні є занадто заплутаною та бюрократизованою. Основними проблемами є розпливчатість меж повноважень окремих державних органів у сфері регулювання реклами, значна обмеженість адміністративного впливу на порушника рекламного законодавства, відсутність єдиного органу, на який покладалися б широкі та виключні повноваження щодо регулювання українського рекламного ринку.

Отже, необхідна побудова нової цілісної, чітко визначеної системи органів регулювання реклами й інших засобів маркетингової комунікації, заснування центрального органу державної влади, сфера повноважень якого виключно і комплексно стосуватиметься питань регулювання українського ринку маркетингових комунікацій. Успішний розвиток українського рекламного ринку можливий лише за умов проведення чітких системних реформ, направлених на його дебіюрократизацію та демократизацію.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>
4. Закон України «Про телебачення і радіомовлення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12/stru>
5. Пужаєнко В. Адміністративно правове регулювання в галузі реклами. URL: <https://studfiles.net/preview/3270577/>



Келип Соломія Ігорівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ОСОБЛИВСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДОКУМЕНТООБІГУ І ДІЛОВОДСТВА У ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ УКРАЇНИ

В умовах інформатизації суспільства до установ та організацій безперервно зростає потік документів. Внаслідок цього зростає необхідність запровадження новітніх систем, здатних за невеликий проміжок часу обробляти величезний масив даних. Одним зі шляхів розв'язання цієї проблеми може бути запровадження різних систем електронного документообігу. Застосування спеціальних автоматизованих систем електронного документообігу істотно підвищує ефективність управлінської діяльності, прискорює рух документів в організації та зменшує трудомісткість опрацювання документів, що є нагальною проблемою вдосконалення управлінської діяльності,

зокрема й у органах місцевого самоврядування. Сьогодні все більше вітчизняних установ використовують системи електронного документообігу, інформаційні системи реєстрації документів, обробки звернень громадян і контролю за їх виконанням. Візуальне представлення великих масивів даних, їх актуалізація дає змогу ефективніше ухвалювати адміністративні рішення. Питання розвитку електронного простору України, особлива його актуальність розкривається у статті О. Ісайкіної. Важливим кроком у цьому напрямі, як зазначає дослідниця, було започаткування 18 квітня 2002 року довгострокової програми «Електронна Україна», в межах якої передбачено заходи щодо створення ефективного механізму інформаційної взаємодії органів влади всіх рівнів, впровадження електронного документообігу та забезпечення інформаційної безпеки [2, с. 238].

Сучасне значення електронного документообігу викликає значний науковий інтерес. Особливості та перспективи впровадження електронного документообігу в органах місцевого самоврядування викладено в наукових працях сучасних вчених: Б. Барановського, І. Двойленка, В. Корнути, В. Писаренка та ін. Незважаючи на те, що проблема електронного документообігу вже висвітлена у працях багатьох вітчизняних науковців, аспект організації електронного документообігу в органах місцевого самоврядування ще недостатньо вивчений.

Впровадження електронного документообігу в Україні регламентується Законами України: «Про електронні документи та електронний документообіг» (зі змінами); «Про електронні довірчі послуги», «Про електронний цифровий підпис», а також низкою підзаконних нормативно-правових актів, прийнятих на їх виконання. Згідно із Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» (ст. 5) визначено, що електронний документ – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включно з обов'язковими реквізитами документа, зокрема електронний цифровий підпис, що використовується для ідентифікації автора чи особи, яка підписала документ. Накладанням електронного підпису завершується створення електронного документа. Зі свого боку електронний документообіг – це сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, отримання, зберігання, а також доступ і поширення електронних документів у комп'ютерних мережах, та контроль за потоками документів в організації [3]. Головне призначення системи електронного документообігу – автоматизувати весь комплекс робіт із електронними документами: введення у систему, їх реєстрацію, розподіл і розсилання, редагування, оперативне збереження, пошук і перегляд, відтворення, контроль виконання, розмежування доступу до них тощо [4].

На сьогодні переважна більшість вітчизняних установ автоматизують свій документообіг з використанням пакета програмного забезпечення корпорації Microsoft. Розглянемо системи документообігу, що працюють на платформі Microsoft з визначенням їх можливостей, технічних параметрів тощо. Найцікавішими та поширеними системами електронного документообігу на вітчизняному ринку є такі:

DocsVision 2.0 «Архів-Діловодство» – призначена для створення архівів документів, автоматизації основних діловодних процедур і бізнес-процесів обробки документів в організації;

Система «Справа» – призначена для автоматизації управлінської діяльності у вітчизняних міністерствах і відомствах, територіальних органах влади, на підприємствах різних сфер діяльності;

«Кодекс: Документообіг» – комплекс взаємозалежних систем діловодства, банків документів і корпоративних сервісів, що забезпечують автоматизоване розв'язання задач діловодства і документообігу в органах державної влади й інших організацій;

LotusNotes – забезпечує розроблення і розміщення прикладних програм групового забезпечення, дає змогу користувачам отримувати, відслідковувати, спільно використовувати і створювати інформацію для обробки документів;

OPTiMA-WorkFlow – призначена для керування процесами створення, обробки, тиражування і збереження документів, а також для автоматизації основних процедур сучасного діловодства й організації документообігу та інші [5].

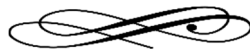
На сьогодні важко собі уявити життя і діяльність організації без застосування сучасних інформаційних технологій. Створення електронних документів дає можливість покращити умови роботи. Водночас, електронний документообіг має і переваги, і недоліки. Переваги електронних документів, з якими не можна не погодитися, О. Беркут, О. Савва, К. Юдіна у своїй

спільній статті «Електронні документи, їх переваги і недоліки» обґрунтовують так: «зберігання електронних документів не вимагає великих площ; вартість розповсюдження значно нижча, ніж у паперових документів; при розсиланні документів електронною поштою вони набагато оперативніше передаються на будь-які відстані; є можливість одночасної розсилки документа по електронній пошті відразу декільком адресатам; наявність бази заготовок документів скорочує час на підготовку нових документів і дає можливість підвищити рівень конфіденційності. Кожен учасник отримує саме той ступінь доступу до документів компанії, який відповідає його повноваженням: читання, редагування документа або повні права. Усі дії протоколюються в комп'ютерній системі, тому в будь-який момент можна подивитися, хто працював з даними, вносив зміни в них». До недоліків електронних документів дослідники відносять: необхідність захисту інформації від внесення несанкціонованих змін; велику ціну на інфраструктуру та утримання великої кількості працівників, зайнятих роботою безпосередньо з документами; проблему збереженості документів, адже в будь-який момент у комп'ютер може проникнути вірус або не спрацювати система збереження документів [1].

Отже, за результатами дослідження можна зробити висновок, що електронний документ має більше переваг, ніж недоліків, які дають великі можливості для ефективної організації роботи, розвитку і підвищення ефективності робочого процесу в установах. Електронний документообіг значно ефективніший за паперовий через його гнучкість до процесів оптимізації управлінської діяльності. А витрати на введення системи електронного документообігу компенсуються завдяки підвищенню швидкості обміну інформацією та скороченню витрат на зберігання паперів і завдяки зменшенню кількості працівників, які будуть задіяними у роботі з паперовими документами.

Список використаних джерел:

1. Беркут О. В., Савва О. О., Юдіна К. В. Електронні документи, їх переваги і недоліки. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1865/>
2. Ісайкіна О. Особливості правового забезпечення та практичного втілення електронного документообігу в Україні. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2016. Вип. 1. С. 235–246.
3. Про електронні документи та електронний документообіг. Закон України від 22.05.2003 № 85-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/851-15>
4. Про електронний цифровий підпис. Науково-практичний коментар до Закону України. URL: <http://www.itsway.kiev.ua/pdf>
5. Семеренко М. М., Лопатюк Т. В., Пінчук А. В. Системи автоматизації документообігу. *Соціум. Наука. Культура – 2018: збірник матеріалів XIV Міжнародної наукової інтернет-конференції «ADVANCED TECHNOLOGIES OF SCIENCE AND EDUCATION»*. URL: <http://intkonf.org/semerenko-mm-lopatyuk-tv-pinchuk-av-sistemi-avtomatizatsiyi-dokumentoobig>



Крисько Наталія Миколаївна

(*наук. керівник – д-р екон. наук, професор, Анісімова О. М.*)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

Сучасний інформаційний світ – це світ комунікації. Важливим і невід'ємним компонентом суспільних відносин є процес відправлення інформації від однієї людини до іншої. Сьогодні комунікація є вагомим засобом, який впливає на ухвалення рішень та формує громадську думку. Теоретичні аспекти комунікацій прослідковували чимало українських дослідників. Зокрема, на думку Д. Дуцика, поняття «комунікація» має чотири базові значення: універсальне,

технічне, біологічне і соціальне, яке використовується для визначення і характеристики численних зв'язків і відносин, що виникають у людському суспільстві [1].

Дослідження маркетингових комунікацій, яке використовується у бібліотеках України, є актуальним і посилюється тим, що протягом останніх років науково-технічний прогрес сприяв значному розвитку маркетингових комунікацій та засобів масової інформації.

Актуальність теми зумовлена тим, що посилення конкуренції на інформаційному ринку спонукає сучасні бібліотеки витратити багато зусиль і коштів на просування бібліотечного продукту, послуг та розроблення принципово нових їх зразків з урахуванням потреб користувачів. Сучасний інформаційний ринок характеризується дедалі більшим насиченням інформації та її зростанням, значущістю й цінністю. У цих умовах істотно ускладнюються процеси формування попиту й уподобань користувачів бібліотеки, здійснення маркетингового впливу на них. Ефективні маркетингові комунікації покликані не тільки надати користувачам необхідні знання щодо характеристик і якості бібліотечного продукту та послуг, умов укладення угод зі співпраці, а й викликати прихильність користувачів.

Комунікація виконує дуже важливі функції в суспільному житті, створюючи умови для забезпечення роботи не тільки інформаційного, а й усього суспільного середовища. Щодо цього можна розглядати інформацію як своєрідну кровоносну систему суспільства, без якої функціонування економічної, соціальної, політичної та духовної сфер суспільства неможливе. Сучасний стан розвитку комунікаційних процесів досліджувала О. М. Берегова. У своїй науковій роботі дослідниця розкриває сутність сучасних соціокультурних процесів в Україні та визначає їх національну специфіку [2].

Маркетинг і комунікації стрімко розвиваються та модифікуються, набираючи потужних матеріальних, технічних та соціальних ресурсів. Під впливом середовища, що динамічно змінюється, вони постійно збагачуються новими засобами, формами і методами взаємодії зі споживачами. Теоретичні та практичні питання маркетингових стратегій досліджувалися в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів М. Портера, Н. Куденко, Ф. Котлера, Дж. Траута, Ж. Ламбена, М. Мак-Дональда. Найвичерпнішим можна вважати таке визначення: «Маркетингові комунікації – це творча форма диференціації ринку, завжди конкурентна, завжди прагнуча переконати споживачів, акціонерів і службовців, що ринкова пропозиція цього бізнесу є кращим для них варіантом, і тому вони мають зробити вибір на його користь» [3].

Кожна маркетингова стратегія бібліотеки реалізується за допомогою комунікацій. Впродовж останнього десятиліття вийшло чимало фахових публікацій з бібліотечного маркетингу, в яких розглядається питання реклами та PR (технології піару). Значна частина науковців розкриває поняття «маркетингові комунікації» у бібліотечній галузі. Цими питаннями займалися російські бібліотекознавці: І. Сулова, В. Ключев, О. Борисова. Маркетингові комунікації в бібліотеках досліджували і вітчизняні вчені: Г. Міщенко, О. Башун, С. Барабаш, А. Старостіна, І. Коханова, Ю. Лазоренко, Л. Туровська, Л. Чуприна, С. Головаха, Т. Сафонова, А. Ржеуский та ін.

Певне значення в системі маркетингових комунікацій сучасної бібліотеки мають маркетингові дослідження, які допомагають зорієнтуватися в необхідності розв'язання питань, що стоять перед нею, відповідно до потреб користувачів. Найбільш повне визначення такому маркетинговому інструменту надала А. О. Старостіна: «Маркетингові дослідження – це систематизований процес постановки цілей дослідження; ідентифікації обсягів; збору; аналізу об'єктивної ринкової інформації та розробки рекомендацій для ухвалення конкретних управлінських рішень відносно будь-яких елементів продуктово-ринкової стратегії організації і методів їх реалізації для досягнення найвищих кінцевих результатів в її діяльності в умовах конкретного маркетингового середовища» [6]. Таке визначення комплексно розкриває методологію маркетингових досліджень, їх процедуру та мету. Маркетинговий підхід, орієнтований на користувача, передбачає всебічне вивчення «ніші ринку» – моніторинг реальних та потенційних користувачів, можливих послуг бібліотеки завдяки використанню багатьох форм і методів з метою визначення переліку послуг бібліотеки.

Сьогодення характеризується ментальними й технологічними змінами в розвитку суспільства. Такі зміни пов'язані з процесами глобалізації та формуванням нової інформаційної культури, а також з розвитком інформаційних технологій у сфері комунікацій. Певною мірою такі процеси впливають на сучасні бібліотеки, змінюючи не тільки всю систему бібліотечної роботи, бібліотечних ресурсів, а й здійснюючи трансформацію традиційних бібліотек.

Маркетингові комунікації в бібліотеці розглядають як інтерактивний діалог, взаєморозуміння та узгоджене співробітництво між бібліотекою та її наявними й потенційними користувачами, інструмент формування і задоволення попиту на бібліотечні продукти та послуги. Щоб довести громадському суспільству свою значущість, сучасні бібліотеки мають використовувати весь комплекс маркетингово-комунікаційних технологій. У низці найважливіших маркетингових цілей, що реалізуються за допомогою маркетингових комунікацій, можна виділити такі:

- формування позитивного образу бібліотеки у свідомості громадськості, партнерів, представників органів державної влади та місцевого самоврядування, громадських організацій та об'єднань;

- інформування користувачів про послуги, які надає бібліотека;
- забезпечення збереження популярності наявних бібліотечно-бібліографічних послуг;
- інформування потенційних користувачів про умови надання бібліотечних послуг;
- акцентування уваги потенційних користувачів на специфічних якостях і користі пропонуваніх бібліотекою послуг [4].

У бібліотечній справі маркетингові комунікації направлені на виявлення кола потенційних споживачів, доведення до них інформації про послуги, створення позитивного образу установи в суспільстві, її позиціонування серед інших соціальних інститутів, просування традиційних та інноваційних бібліотечно-інформаційних послуг. Елементи маркетингових комунікацій стали звичними у практиці роботи книгозбірень, проте не завжди їх використовують із цілеспрямованою стратегією розвитку.

Вони виділяють рекламу та зв'язки з громадськістю як найрезультативніші інструменти бібліотечного маркетингу. Реклама бібліотеки надає інформацію про бібліотеку, її продукти та послуги потенційним користувачам і має на меті збільшення попиту на ці товари і послуги. Рекламна діяльність є невід'ємним компонентом і головним інструментом практично будь-якої теоретичної моделі маркетингу, оскільки саме за допомогою рекламних впливів здійснюється тактичне просування товарів на ринку і на інформаційному ринку зокрема [5]. Зв'язки з громадськістю та засобами масової інформації сприяють забезпеченню позитивного іміджу бібліотеки та її вагомого значення для користувачів. Маркетингові комунікації бібліотеки покликані не тільки надати користувачеві необхідні знання щодо характеристики і якості бібліотечного продукту і послуг, умов укладення угод, особливостей конкурентної пропозиції, а й викликати прихильність споживача, створити атмосферу емоційного взаєморозуміння, доброзичливості та довіри між закладом і суспільством.

Отже, на основі вивчення інструментів маркетингових комунікацій можна дійти висновку, що маркетингові комунікації в сучасних бібліотеках мають базуватись на принципах якості, плановірності, передбачуваності, оперативності та ін. Сьогодення потребує інтегрування маркетингових комунікацій у діяльності сучасних бібліотек України. Бібліотекам у своїй діяльності необхідно застосовувати не окремі інструменти маркетингових комунікацій, а весь їх комплекс; удосконалювати інтегрування маркетингових комунікацій кожної бібліотеки з тими, що існують на інформаційному ринку; створювати партнерські стосунки з органами державної влади, місцевим самоврядуванням, громадськими об'єднаннями та організаціями, ЗМІ та ін.

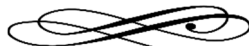
Список використаних джерел:

1. Дуцик Д. Політична журналістика. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 52 с.
2. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України. К.: НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. 178 с.
3. Дворникова Е. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении бренда. Сб. статей конференции «Управление в России: зачем мы нужны миру?», Санкт-Петербург. 2002.

4. Петушко Н. Е. Библиотечный маркетинг: учеб.-метод. пособ. Минск: Бел. гос. ун-т культуры и искусств, 2010. 116 с.

5. Самохіна Ж. Маркетингові комунікації у бібліотечно-інформаційній діяльності. Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. 2015. Вип. 42. С. 103–114.

6. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник. К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.



*Кручиненко Аліна Олександрівна, Чигирин Каріна Віталіївна
(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ В РАМКАХ МАСОВОГО СУСПІЛЬСТВА

Загально визнаним і незаперечним нині є те, що без інформації неможливе наукове розуміння реальних процесів і проблем суспільного життя в усіх його вимірах. Інформація вимагає до себе серйозного ставлення, оскільки є інтелектуальним надбанням країни та її громадян, ресурсом суспільства, який не має витратитися неефективно. Дієвість інформації визначається її оперативністю, своєчасністю, регулярністю надходження, повнотою і об'єктивністю, а вміло проведений аналіз і ретельно підібрані достовірні факти дають змогу своєчасно спрогнозувати негативні процеси і явища на всіх етапах розвитку суспільства та дійти правильних висновків.

Починаючи з 1950-х років у високорозвинених країнах світу спостерігається стрімкий розвиток інформаційно-аналітичних структур, до яких належать й інформаційні агентства, що призводить до колосального зростання розмірів світового інформаційного ресурсу. Час, затрачений на пошук і первинну обробку інформаційних потоків з використанням загальнодоступних пошукових механізмів, порівнюється з пошуком традиційними методами, що значно знижує ефективність використання передових технологій, призводить до істотного зниження рентабельності всього підприємства загалом, підвищення його вразливості до факторів несумлінної конкуренції або й просто дискредитації.

Джерелом значної частини новин для споживачів є світові та національні інформаційні агентства. Саме вони йдуть в авангарді взаємопроникнення світового та національного інформаційного просторів.

Крім того, мільйони кілобайт інформації, які з'являються щодня, зокрема в мережі, нагадують нам, що Інтернет дедалі більше стає відображенням нашого життя. Зараз «всесвітню павутину» сприймають, зокрема, як джерело первинної інформації, що є основою для аналізу практично необмеженої кількості різноманітної інформації. Наразі немає необхідності доводити переваги використання в роботі нових технологій, і все-таки інформаційна насиченість кіберпростору створює певні труднощі в ефективному пошуку необхідної інформації.

Сьогодні інформаційні агентства стали потужними центрами обробки величезних масивів суспільно значущої інформації, вони відіграють провідну, а в деяких питаннях і виключну роль у функціонуванні глобальних комунікаційних потоків. Культурний вплив, який здійснюють інформаційні агентства, виходить за межі простого поширення інформації для ЗМІ.

Згідно з Законом України «Про інформаційні агентства» інформаційними агентствами є зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг. У статті 5 цього Закону зазначено: «Діяльність інформаційних

агентств – це збирання, обробка, створення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск і розповсюдження інформаційної продукції».

За статусом інформаційна агентства можуть бути державними (наприклад, Укрінформ), кооперативними (Associated Press, засновниками якого є основні отримувачі інформації – редакції низки американських газет і журналів), громадськими (PIA «Новини») чи комерційними (United Press International).

Суб'єктами діяльності інформаційних агентств є:

- засновник (співзасновник) інформаційного агентства;
- його керівник (директор, генеральний директор, президент та ін.)
- трудовий колектив;
- творчий колектив;
- журналіст інформаційного агентства;
- спеціаліст у галузі засобів комунікації;
- автор або власник інформації;
- видавець (виробник) продукції інформаційного агентства;
- розповсюджувач продукції інформаційного агентства;
- споживач продукції інформаційного агентства.

Продукція інформаційних агентств – це матеріалізований результат їх діяльності, призначений для розповсюдження з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, держави.

У перші роки після проголошення незалежності в Україні було створено 10 інформаційних агентств: «Укрінформ», «Республіка», «Інтерфакс-Україна», творче об'єднання «Новини», «УНІАН» та ін. Сьогодні в Україні функціонує понад два десятки інформаційних агентств, і тільки агентство Укрінформ є державним. Наявність великої кількості недержавних ЗМІ утруднює контроль з боку держави за їх змістом і відкриває шлях для проникнення в інформаційний простір України через іноземні інформаційні агентства західної продукції, яка пропагує свій спосіб життя та культурно-ціннісні орієнтації.

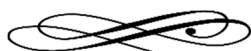
Співробітництво українських та зарубіжних мас-медіа відбувається в кількох напрямках:

- ЗМІ розповідають про життя в Україні за кордоном;
- ЗМІ є джерелом міжнародної інформації;
- ЗМІ налагоджують партнерські стосунки із зарубіжними мас-медіа (спільні інформаційні проекти, взаємне розповсюдження матеріалів і використання інформації тощо). Наприкінці ХХ ст. сформувався елітний клуб кількох постачальників новин у світі, який домінує в інформаційній сфері – глобальній комунікаційній інфраструктурі, де світове лідерство утримують США. Провідні члени цього віртуального клубу – глобальна телевізійна мережа новин CNN International (США) та агентство новин The Reuters (Великобританія), Agence France Press (Франція) і Associated Press (США).

Сьогодні в Україні існує багато іноземних інформаційних агентств, які здійснюють свою діяльність на підставі законодавства нашої країни і впливають цим на інформаційний простір України. Їх діяльність можна розглядати і позитивно, і негативно.

Позитив відображається в тому, що в нашому інформаційному просторі оперативно з'являється інформація про події, які відбуваються у світі. Негативна сторона діяльності представництв іноземних інформаційних агентств полягає в тому, що, отримуючи продукцію цих організацій, ми «переймаємо» культуру країн, представниками яких вони є. Тобто, як писалось вище, ми сприймаємо світ через призму іноземних інформаційних агентств.

Отже, інформаційні агентства є основними джерелами новин. У постіндустріальному суспільстві одну з основних ніш у сфері послуг займають інформаційні агентства як найбільш оперативні та обізнані джерела. В Україні функціонує понад два десятки інформаційних агентств, переважна кількість яких становлять іноземні інформаційні агентства, які здійснюють свою діяльність на підставі законодавства нашої країни, і з часом їх кількість лише зростає.



Левчук Вероніка Сергіївна
(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ПИТАННЯ

Документаційне оформлення трудової діяльності передбачає документальну фіксацію інформації про місце роботи і трудовий стаж працівника. Основним документом про трудову біографію працівника є трудова книжка. В Україні, згідно з Інструкцією про порядок ведення трудових книжок працівників, затвердженою наказом Міністерства праці, юстиції та соціального захисту населення України від 29 липня 1993 р. № 58 (зі змінами, поточна редакція від 27 липня 2018 року), трудові книжки ведуться на всіх працівників, які працюють на підприємствах, в установах, організаціях незалежно від форми власності та організаційно-правової форми або у фізичної особи понад п'ять днів [4]. Дослідження історії створення трудової книжки встановленого зразка є актуальною темою, оскільки це дасть змогу виявити особливості створення бланку трудової книжки у різні історичні періоди, простежити процес формування правил її заповнення та ведення. У трудову книжку вносяться відомості про працівника, виконувану ним роботу, перехід на іншу постійну роботу, відомості про нагородження за успіхи в роботі, про звільнення працівника, а також – підстави припинення трудового договору.

Досліджуючи це питання у європейському контексті, варто зазначити, що у Європі перший документ, що віддалено нагадує трудову книжку, з'явився в XIX ст. У 40-х рр. XX ст. у Німеччині введено в обіг схожі документи, які фіксували стаж роботи. У Німеччині, Італії, Австрії, Франції побутує аналог трудової книжки – трудова картка. Проте від власника такої картки не вимагалось обов'язково пред'являти документ роботодавцю для внесення даних про прийняття і звільнення.

Результати дослідження історії впровадження трудових книжок на вітчизняному просторі як засобу обліку, контролю якості трудових ресурсів і рівня їх використання відображено у працях Ю. Палехи [2; 3]. Дослідником проаналізовано те, як потреба впорядкувати ринок праці призвела до введення трудових книжок. Зокрема, описано форми обліку особового складу чиновників адміністративних установ, починаючи з середини XVIII ст. Простежено особливості ведення формулярного (послужного) списку – документа, який застосовувався у другій половині XVIII – на початку XX ст. у Російській імперії, до складу якого входили і українські землі, і який містив дані про походження осіб державної чи військової служби. Сьогодні аналогом цього документа є особова картка працівника форми № П-2. Також визначено подальше вдосконалення і зміни, які вносились до нього. Список мав вигляд анкети-картки з такими даними: прізвище, ім'я, по батькові; вік; походження; наявність кріпаків (у якому поселені, повіті); коли вступив на службу; наявність відзнак і нагород, пов'язаних із проходженням служби; наявність штрафів і судових притягнень; якщо були, то чим закінчилася судова справа; чи гідний продовження державної служби; сімейний стан; наявність дітей (вік і де знаходяться); підпис чиновника; дата складання [3, с. 1].

Окремо Ю. Палеха проаналізував появу документа як атестата служби (праобразу трудової книжки). Це був документ, який містив відомості про проходження служби, і видавався працівнику, коли той переходив на іншу посаду чи звільнявся. [3, с. 2].

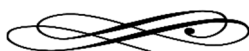
Трудові книжки в Росії вперше з'явилися в 1918 році, вони були введені замість посвідчення особи відповідно до Декрету про так звані «трудові паспорти» від 5 жовтня 1918 року, хоча у 1923 році їх знову було замінено на посвідчення особи. Подальший розвиток документування трудової діяльності просувався у бік введення документа «Трудовий список», який мав вигляд книжечки і є фактично прототипом нинішньої трудової книжки. За

назвами граф у бланку він був дуже схожим на послужний список дореволюційного зразка. Такий приклад документів затверджений Постановою Ради народних комісарів Союзу РСР «Про трудові списки» у 1926 році. У розділі загальні відомості формуляр документа включав: прізвище, ім'я та по батькові, рік і місце народження, соціальний стан, освіта, професія працівника, партійність, членство у профспілках, стосунок до військової служби з початку трудової діяльності, дані про проходження служби з початку трудової діяльності, записи про судимість, відмітки про стягнення і покарання, пов'язані з проходженням служби; засвідчення особою, яка робила записи, її підпис. Спочатку такий документ був введений експериментально, а широкого застосування набув у 1939 році. Це було пов'язано зі введенням нової форми трудової книжки. Отже, у другій половині 30-х років ХХ ст. трудова книжка набула оновленого вигляду, і стала схожою на сучасну її версію. Її мав отримувати кожен громадянин, який пропрацював більше п'яти днів [3, с.5–9]. На практиці виявилось, що такий документ був дуже зручним у користуванні. На його основі можна було простежити попередні місця роботи особи, причини її звільнення, догани або заохочення, які заносилися в книжку акуратним почерком діловода. Документ виявився так само вкрай корисним для визначення стажу роботи, за яким можна було порахувати пенсію громадянину. Трудові книжки заповнювалися відповідно до докладних інструкцій, які постійно змінювалися, що викликало низку складнощів. Незважаючи на це, всі погоджувалися, що цей документ – найбільш зручний формат контролю стажу працівників.

Отже, еволюцію формуляра і назви виду документа про трудову діяльність працівника, починаючи з середини ХVIII ст., можна подати у такому вигляді: послужний список, трудовий список, трудова книжка. Сьогодні трудові книжки використовуються в країнах, що раніше входили до Радянського союзу. У більшості країн світу, вступаючи у трудові відносини, укладають контракт і виключають ведення трудових книжок на працівників. Зазвичай контракт укладається на термін від одного року – для початківців, і до п'яти років – для фахівців вищого рівня. У контракті докладно прописані всі права і обов'язки майбутнього співробітника, кількість робочих годин, а також підстави його звільнення, або навпаки вказуються позиції, за якими співробітник достроково не може розірвати договір. Важливо, що на основі трудової книжки визначається розмір пенсії, тому у країнах, де її немає, особам доводиться самостійно зберігати велику кількість документів для цього.

Список використаних джерел:

1. Кодекс законів про працю України. Кодекс України № 322-VIII від 10.12.1971 р. (зі змінами). Редакція від 11.10.2018. *Верховної Ради України*: Законодавство. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
2. Палеха Ю. Історія впровадження трудових книжок та особової документації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2009. № 4. С. 30–38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2009_4_6
3. Палеха Ю. Історія впровадження трудових книжок та особових документів. *Довідник кадровика*. 2009. № 11. С. 86–91. URL: <https://www.kadrovik.ua/nomer/2009-11>
4. Про затвердження Інструкції про порядок ведення трудових книжок працівників на підприємствах, в установах і організаціях: наказ Мінпраці України, Мін'юстиції України, Мінсоцзахисту України № 58 від 29 липня 1993 р. Верховної Ради України: Законодавство. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0110-93>



*Липова Святослава Василівна,
(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ ВІРТУАЛЬНОГО ОФІСУ

В сучасних умовах е-економіки виникають необмежені можливості для здійснення бізнесу завдяки певним особливостям Інтернету. Е-економіка стає ідеальним місцем для ведення бізнесу. Так, демократичність і загальнодоступність Інтернету цілком відповідає першій аксіомі бізнесу щодо потреби наявності принаймні двох людей для його здійснення. Інтернет уже тривалий час є функціональним засобом проведення фінансових транзакцій, контролю стану ринків, управління технологічним процесом та процесом постачання, засобом просування і вивчення переваг споживача [1, с. 77]. Різноманітні процеси і види діяльності у світі комп'ютерних мереж відобразилися (крім терміна «Інтернет») у таких поняттях (термінах): е-бізнес, Інтранет, екстранет, е-комерція та інші. Так, е-бізнесом називають діяльність, яку організація здійснює за допомогою електронних каналів зв'язку (включно з Інтернетом) зі споживачами, партнерами, постачальниками, працівниками та іншими елементами.

Нові можливості обміну інформацією зумовили виникнення нових форм підприємницької діяльності з використанням сучасних засобів передачі даних. У таких умовах суттєвих змін зазнала й сама ідеологія офісу, у якій значно більше уваги приділяється використанню технології віртуальної реальності, серед яких створення штучного навколишнього середовища за допомогою комп'ютерних технологій. Віртуальна організація є результатом еволюції сучасних форм організації та інформаційно-комунікаційних технологій, й насамперед мережевого підходу. У сучасних визначеннях з питань організації праці в науковій літературі і у періодичних виданнях застосовують поняття «віртуальний офіс» або «робота в піжамах». Це має позитивні наслідки в самоорганізації співробітників. Так, на Заході рівень самостійності співробітників організацій вражає. Тут уже йдеться про віртуальний офіс та віртуальний персонал, який працює поза головним офісом, переважно у себе вдома. Сучасний принцип організації праці дає змогу економити час співробітника, якому не потрібно кожного ранку добиратися до офісу організації, витратити час на тривалі переїзди і ранкові та вечірні затори, і велике значення має психологічний фактор роботи в комфортних домашніх умовах.

Офіційно термін «віртуальний офіс» вперше з'явився у статті «The virtual office» журналіста Кріса Керна (США), розміщеній у журналі авіакомпанії American Airlines «AmericanWay», однак уже до кінця минулого століття віртуальний офіс став популярним в Америці, Канаді, Європі, Японії в Інтернет-магазинах, консалтингових, аутсорсингових, аудиторських і рекламних компаніях. Іноземні джерела трактують віртуальний офіс як територіально віддалені підрозділи або компанії та робочі місця (і вдома, і в офісі), взаємодія яких забезпечується завдяки інформаційним технологіям.

Основними ознаками віртуального офісу є: інтеграція фінансів та досвіду працівників; нагромадження ресурсів за проектами або навколо ключових бізнес-процесів офісу чи життєвого циклу продукту; створення автономних робочих груп; гнучкість, можливість швидкого створення та реструктурування за потреби; сполучення децентралізації та централізації в управлінні, пріоритет координаційних зв'язків; максимально широкий розподіл і гнучкий перерозподіл повноважень влади, ухвалення рішень на всіх рівнях організаційної ієрархії; організація взаємодії фахівців за допомогою ПК; вільний обмін ідеями всередині та між рівнями організаційної ієрархії; розробка неоднорідних комп'ютерних середовищ і мереж, застосування програмних засобів забезпечення колективної діяльності тощо [4, с. 88].

Серед яскравих прикладів реалізації віртуального офісу можна назвати розробку для співробітників фірми Xeros, що займалися збутом продукції в Англії. Так була організована робота в середовищі віртуального офісу, що дало змогу збільшити обсяги продаж, зменшити

орендну плату і штат співробітників, а річний прибуток від продаж склав 250 млн дол. Загальнокорпоративна мережа IntraNet під назвою Xeros-Wide Web (XWW) об'єднує понад 50 тисяч співробітників, що розкидані по всьому світу. Основними її функціями стало: створення бази знань для співробітників, де б вони могли отримати необхідну для роботи інформацію; створення інтерактивного товариства для тих, у кого немає офісу, що дає змогу зафіксувати для них офіційне місце у структурі фірми.

Можна виділити головні переваги віртуального офісу: сприятливий вплив на природу; підвищення продуктивності праці; досягнення працівником балансу між роботою та сім'єю; зменшення плинності кадрів; зменшення кількості лікарняних; економія офісного простору; великий вибір потенційних кандидатів; економія грошей для стартапів; відсутність проблем, пов'язаних із переїздом офісу в інше місце; економія на робочих місцях; професіоналізм працівників; зменшена вартість устаткування; формалізована телекомунікаційна мережа (система зв'язку); зменшені зупинки в роботі тощо.

Ключовою перевагою віртуального офісу є можливість обирати та використовувати найкращі ресурси, знання та здатності із найменшими витратами часу, що, зі свого боку, зумовлює швидке виконання ринкового замовлення, гнучку адаптацію до змін навколишнього середовища, зниження бар'єрів виходу на нові ринки тощо [5, с. 116].

З-поміж недоліків віртуального офісу варто відзначити: збільшення ймовірності зниження пропозиції на місцевому ринку праці; зниження ймовірності отримання підвищення; ймовірність відсутності зв'язку з керівником; загроза зниження ділової репутації; недоліки соціальної взаємодії; ризик крадіжки конфіденційної інформації; зниження продуктивності; високий ризик непорозуміння; занадто велика залежність від техніки і технологій; почуття ізоляції тощо.

Створення віртуального офісу дає змогу сформувати гнучку, розподілену у просторі сукупність компаній-агентів, найбільш пристосованих для якомога швидшого випуску нової продукції, підвищення конкурентоспроможності та оперативного постачання на ринок з метою максимального задоволення вимог клієнта. Віртуальні організації як сучасна інноваційна форма ведення бізнесу в умовах інформаційної економіки сьогодні привертають все більше уваги з боку теоретиків і практиків [6]. Позитивним моментом є те, що у разі віртуального підприємства йдеться про інтенсивну взаємодію спеціалістів і підрозділів юридично оформлених підприємств у віртуальному просторі. Виникає штучне співтовариство, сформоване електронним шляхом. За такої умови продовжується життєвий цикл окремого підприємства, крім того, одні й ті ж самі організації можуть одночасно входити у склад кількох віртуальних об'єднань. Сучасні віртуальні підприємства можуть постійно перебудовувати свою конфігурацію та архітектуру процесів, щоб зберегти максимальну ефективність в умовах динамічного ринку.

Список використаних джерел:

1. Балашов В. Г., Заложнев А. Ю., Иващенко А. А., Новиков Д. А. Механизмы управления организационными проектами. М.: ИПУ РАН, 2003. 84 с.
2. Бурков В. Н., Данев Б., Еналеев А. К. Большие системы: моделирование организационных механизмов: монография. М.: Наука, 1989. 245 с.
3. Вютрих Х. А., Филипп А. Ф. Виртуализация как возможный путь развития управления. *Проблемы теории и практики управления*. № 5. 1999. С. 45–49.
4. Дмитров В. И. CALS как основа проектирования виртуальных предприятий. *Автоматизация проектирования*. № 5. 1997. С. 14–17.
5. Зибер П. Управлению сетью как ключевая компетенция предприятия. *Проблемы теории и практики управления*. № 3. 2000. С. 92–96.
6. Загорна Т. О., Ткачова А. В. Віртуальні організації в умовах інформаційної економіки: специфіка діяльності, конкурентні переваги. URL: economics.opu.ua/files/archive/2014/No6/128-135.pdf



Люльчак Світлана Юрїївна
(*наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ У 2015 РОЦІ

Державний архів Донецької області є юридичною особою публічного права, основним завданням якого є забезпечення на території області реалізації державної політики у сфері архівної справи та діловодства.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 07 листопада 2014 року № 595 «Деякі питання фінансування бюджетних установ, здійснення соціальних виплат населенню та надання фінансової підтримки окремим підприємствам і організаціям Донецької та Луганської областей», розпорядження голови обласної державної адміністрації від 20 жовтня 2014 року № 644 «Про внесення змін в розпорядження голови облдержадміністрації від 29 липня 2014 року № 590», Державний архів Донецької області (далі – держархів області) з 01 грудня 2014 року переміщено на територію, підконтрольну органам виконавчої влади України, – у м. Костянтинівку Донецької області. Приміщення державного архіву у м. Донецьк були захоплені незаконними озброєними формуваннями, внаслідок чого документи поточного діловодства, архівні документи відділу формування Національного архівного фонду (далі – НАФ) та діловодства вивезти не вдалося. Держархів області після переміщення опинився у складному становищі. Його керівництву та співробітникам довелося відновлювати все необхідне для ефективної роботи, зокрема й розв'язувати кадрові питання.

Одним із першочергових заходів щодо відновлення роботи держархіву області були організаційні заходи з роботи *експертно-перевірної комісії* (далі – ЕПК). Враховуючи, що робота ЕПК відновлювалась у складних умовах функціонування держархіву області (відсутність секретаря, досвідчених членів ЕПК, труднощі щодо надання робіт на розгляд ЕПК архівними установами) єдиним рішенням у цій ситуації було організувати роботу ЕПК у територіальних відділеннях Костянтинівки та архівних відділах Добропільської, Першотравневої, Слов'янської райдержадміністрацій.

Пріоритетними завданнями *відділу формування НАФ та діловодства* держархіву області (у 2015 році працювало дві одиниці) після переміщення стало відновлення списку юридичних осіб – джерел формування НАФ, зони комплектування держархіву області, та внесення змін і доповнень до списків зони комплектування архівних установ, а також проведення інвентаризації документів НАФ та з кадрових питань (особового складу) переміщеними юридичними особами – джерелами комплектування держархіву області, що залишили свої документи на окупованій території. Акти інвентаризації з інформацією про проведену роботу розглянуті на засіданнях ЕПК держархіву області.

Відновлення роботи відділу формування НАФ та діловодства держархіву області розпочалося зі встановлення місцезнаходження підприємств, установ, організацій обласного та територіального підпорядкування, які виїхали на територію, підконтрольну Україні, та які внесені до списків джерел формування НАФ держархіву області. При переміщенні були вивезені списки лише в електронному варіанті. Список № 1 юридичних осіб – джерел формування НАФ, які передають документи до держархіву області (далі – Список № 1) складався з 147 юридичних осіб. До списку № 2 юридичних осіб – джерел формування НАФ, які не передають документи до держархіву області (далі – Список № 2), входило 17 юридичних та три фізичні особи.

Поновлення списків джерел комплектування проводилося в мережі Інтернет, з інформації на сайтах організацій. Треба зазначити, що у зв'язку з нестабільною ситуацією на території Донецької області інформація стосовно однієї юридичної особи суттєво різнилась на різних сайтах, іноді навіть офіційні сайти підприємств не містили актуальних даних про місце їх реєстрації та фактичного місцезнаходження. Тому інформація додатково уточнювалась в телефонному режимі. Під час проведення пошуку виявлено факти переміщення установ Донецької області на територію інших областей: Регіональне відділення Фонду державного майна України по Донецькій області, Апеляційний господарський суд Донецької області, Господарський

суд Донецької області – переміщено на територію Харківської області, Управління Національного банку України, Міжнародний аеропорт «Донецьк», Донецька державна музична академія ім. С. С. Прокоф'єва, Державна установа «Інститут невідкладної відновної хірургії ім. В. К. Гусака перереєстровано в м. Київ, Донецький національний університет у м. Вінниця.

За підсумками пошуку виявлено та включено до Списку № 1 59 юридичних осіб, у тому числі за формами власності: 53 – державної, 3 – комунальної, 2 – колективної та 1 – приватної. Отже, у 2015 році юридичні особи-джерела комплектування державного архіву за підсумками пошуку були розділені на три групи: переміщені з окупованої території; переміщені на території інших областей; юридичні особи, зареєстровані на території, не підконтрольній органам виконавчої влади України.

До основних завдань держархіву області сьогодні належить забезпечення використання інформації документів НАФ України, налагодження ефективної співпраці з представниками інститутів громадянського суспільства та доступності інформації про роботу держархіву області. Нові умови організації роботи держархіву області після переміщення суттєво змінили можливості та форми роботи *відділу використання інформації*. У зв'язку з відсутністю працівників відділу на початку 2015 року запити виконував заступник директора. Запити надходили в електронному вигляді на власну електронну пошту, в такий самий спосіб відправлялися відповіді заявникам. Відсутність офіційної юридичної поштової адреси, копіювальної техніки, фінансування держархіву області на придбання паперу, конвертів, марок унеможлилювали надання відповідей на запити в інший спосіб. Тому активно впроваджувалася у практику робота архіву з виконання звернень фізичних та юридичних осіб за допомогою електронної пошти. З усіх 1 505 звернень 367 (24 %) надійшли за допомогою електронної пошти на адресу запитувача-користувача архівної інформації.

У лютому 2015 року держархів області встановив телефон, підвели лінію Інтернет, з'явилася офіційна електронна та поштова адреса, з липня держархів області мав можливість надавати відповіді на запити в паперовому та електронному вигляді.

Держархівом проведено аналітику кількості запитів, які надійшли до держархіву області за 11 місяців 2015 року (порівняно з 2012 та 2013 роками).

2012 рік	2013 рік	1 півріччя 2015 р.	11 місяців 2015 р.
1 881	1 615	298	693

Ці цифри свідчать про тенденцію суттєвого зменшення кількості запитів, які надійшли до держархіву області (на 57 % порівняно з 2013 роком, на 63 % порівняно з 2012 роком) та можливості юридичних та фізичних осіб реалізувати свої права.

Крім виконання запитів, держархів області шукав шляхи щодо розширення можливих форм використання інформації. Відсутність зв'язків з телерадіокомпаніями в м. Костянтинівка унеможливило проведення роботи в цьому напрямі. На виконання заходів відзначення знаменних подій в Україні держархів проводив виставки. Перша виставка відкрита до 70-ї річниці завершення Другої світової війни в будинку Костянтинівської районної ради. Для виставки використано електронні копії документів, зібрані архівними установами області за відповідною тематикою. Другу виставку документів «Сила нескорених» відкрито 14 жовтня 2015 року. До кінця 2015 року держархів області реалізував виставку за темою «Голодомор в Донецькій області в 1921–1922, 1932–1933, 1946–1947 роках».

Нові умови в організації та вимоги до роботи держархіву після переміщення суттєво змінили можливості та форми роботи його відділів. Процеси відновлення роботи держархіву потребують розроблення стратегічних заходів із залучення сучасних інформаційних технологій збереження документів та комунікаційних засобів співпраці з джерелами комплектування та користувачами.

Список використаних джерел:

1. Державний архів Донецької області. URL: <http://dn.archives.gov.ua>
2. Інформація про використання інформації документів державного архіву Донецької області у 2015 році. URL: [http:// dn.archives.gov.ua/normbaza/info_obr_grazhd_2016.doc](http://dn.archives.gov.ua/normbaza/info_obr_grazhd_2016.doc)



Мазуркевич Таїсія Леонідівна
(*наук. керівник – канд. іст. наук, доц. Ковальська Л. А.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВІЗИТНА КАРТКА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

На сьогодні обов'язковим атрибутом будь-якого знайомства, а особливо ділового, є візитна картка. Такий незначний елемент комунікації сучасної людини сприяє налагодженню стосунків та обміну важливою інформацією про партнера. За неписаними правилами міжнародного бізнес-етикету після обміну візитівками прийнято починати ділову зустріч чи бесіду, що гарантує збереження необхідної інформації про потенційного компаньйона [1].

Перші візитні картки з'явилися у Франції в часи правління Людовика XIV. Візитна картка на той час мала велике значення і представляла свого господаря у всій величчі, адже за дизайном і способом виготовлення візитівки можна було сказати, до якого прошарку суспільства належить людина, яке становище в суспільстві посідає. В Російській імперії візитівки з'явилися при Катерині II, а їх особливістю були гравійовані орнаменти, дивакуваті герби власників – все це спадщина Франції та дивацтва її придворної спільноти, звідки і прийшла настільки актуальна в наш час візитна картка.

Форма, дизайн, символіка, кольорова гама, формат візитної картки мали відповідати визначеним правилам комунікації та соціального запиту. Так, параметри візитки достеменно відзеркалювали соціальний статус її господаря. Кожна наступна візитка ставала більшою за розміром і розкішнішою від попередньої.

Головна властивість візитки – показовість, не втратила своєї значущості протягом століть і залишається актуальною на сьогодні. Вона стала ошатнішою, декоративною, «промовистою», іноді навіть занадто «балакучою». Візитка стала прерогативою дизайнерів: незвичайні прийоми, дорогий друк, об'ємне тиснення, кольорова палітра, шрифт тощо.

Візитка – це рекламний щит людини, перший крок до формування позитивної репутації фірми. Основним правилом для власника візитки стала істина: якісна візитка – це такий самий елемент іміджу, як і свіжа сорочка, автомобіль кольору мокрого асфальту чи євро-офіс у центрі міста, дорогі аксесуари. До речі, у ділових колах Японії, Китаю, Кореї або Гонконгу візитні картки замінюють інколи деякі документи [2].

Крім вимог до зовнішнього оформлення візитної картки, напрацьовано правила поводження з нею. Так, вручати візитку потрібно не сидячи, а стоячи, виразно вимовляючи при цьому своє ім'я і прізвище. Першим простягає картку візитер. Спочатку потрібно взяти її правою рукою, а потім обома руками. Старші (за віком і становищем) співрозмовники першими дають візитки молодшим, жінки першими відрекомендуються чоловікам, господарі першими пропонують свої картки гостям. Якщо запланована зустріч з іноземцем, то краще при передачі своєї візитки виразно вголос прочитати своє ім'я, посаду, уточнити правильність сприйняття інформації. Дотримуючись правил вручення візиток, можна засвідчити свою особисту культуру і прокласти місток у взаєминах з діловими партнерами, що значною мірою сприятиме розвитку бізнес-стосунків. Існують окремі вимоги наступних дій після отримання візитної картки. На отримані візитні картки потрібно дати відповідь візитними ж картками протягом 24 годин. Якщо ділові відносини складаються вдало, можна через деякий час вручити партнеру особисту візитну картку, попередньо викресливши по батькові та прізвище, залишивши тільки ім'я і вписавши від руки номер домашнього телефону [3].

Погано оформлена візитна картка є ознакою поганих манер її власника. Таку важливу справу з розробки концепції і дизайну варто замовляти у професійних дизайнерів. Від зовнішнього вигляду візитної картки залежать подальші ділові відносини з партнером, а відповідно – і кар'єрні можливості.

На сьогодні візитки стали досить популярним і поширеним атрибутом бізнес-етикету у світі. Можна виділити три типи візиток: ділові, особисті та сімейні, які різняться за інформацією та дизайном.

Сімейну візитну картку використовують як супровід презентів, її прикладають до привітання друзям, до подарунків, використовують при знайомствах.

Особиста візитна картка, крім прізвища, імені, по батькові, може містити інші відомості, які власник картки хотів би про себе повідомити: адреса, телефон, адреса електронної пошти, звання, наукові ступені, місце роботи та іншу інформацію. Зазвичай такі відомості друкуються в правому нижньому кутку. Можна надрукувати на візитівці тільки обмежений набір анкетних даних, а решту, зважаючи на ситуацію, вписувати від руки [4].

На діловій візитній картці завжди вказуються ім'я, прізвище, по батькові (якщо є) зверху зліва або по центру картки, назва організації, посада, офіційні символи організації чи підприємства. У нижній частині картки зазначається поштова адреса та інша контактна інформація про організацію, в якій працюєте (службовий номер телефону, факсу, адреса електронної пошти тощо).

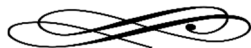
Щодо основних вимог виготовлення картки, то суворо регламентованих розмірів візиток немає. Але найпопулярнішими є розміри – 90 × 50 мм, що відповідає розмірам сучасних банківських карток і вміщається у спеціальні візитниці. До офіційних візитних карток і внесення інформації існують встановлені вимоги. На сьогодні візитна картка здебільшого містить такі реквізити: назву установи, організації; ім'я та прізвище (у нашій практиці – прізвище, ім'я, по батькові) власника картки; посаду; адресу установи, організації; номери телефонів, факсу. Такий набір інформації є оптимальним і не перешкоджає загальному позитивному сприйняттю співрозмовника та організації, яку він представляє.

Варто згадати і про неписані правила щодо процедури обміну картками та іншими важливими світськими тонкощами, що з ними пов'язані. Не потрібно нав'язувати свою візитку, це справа добровільна. Її вручають лише тоді, коли виникла зацікавленість у продовженні контактів. А це відбувається при знайомстві не завжди. У наш час візитна картка вручається людині, з якою хочуть познайомитися ближче або збираються продовжити ділові відносини.

Отже, візитна картка – інформаційна картка для вручення під час знайомства та візиту; документ, який містить достовірну, достатню інформацію про її власника. Зазвичай таку картку виготовляють з білого тонкого матового картону встановленого розміру, на якому друкарським способом чітко зазначають прізвище, ім'я та іншу офіційну інформацію (назву організації, посаду, адресу, телефони, номер електронної пошти тощо), яку особа хоче про себе повідомити. Важливою функцією візитки є показник іміджу фірми й особистого іміджу її власника, це вираження індивідуального стилю і смаку людини та фірмового корпоративного стилю.

Список використаних джерел:

1. Галушко В. Діловий протокол та ведення переговорів: навчальний посібник. Вінниця: Нова книга, 2002. 222 с.
2. Гах Й. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2005. 158 с.
3. Герет Т., Клоноскі Р. Етика бізнесу: монографія / пер. з англ. Остап Ватаманюк; ред. С. Панчишин, Р. Цяпало. К.: Основа, 1999. 214 с.
4. Гравицкий А. Основы деловой этики. СПб.: Феникс, Северо-Запад, 2007. 190 с.



Мізецьки Андрій Валерійович

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИКОРИСТАННЯ PLM-СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

На сьогодні досить розповсюдженим є управління інформаційною підтримкою життєвого циклу продукції на основі CALS-технологій (англ. *Continuous Acquisition and Lifecycle Support*). Реалізація цього методу практично неможлива без сучасних інформаційних систем.

Метою застосування CALS-технологій як інструменту організації та інформаційної підтримки всіх учасників створення, виробництва та користування продуктом є підвищення ефективності їх діяльності за рахунок прискорення процесів дослідження і розробки продукції, додання продукції нових властивостей, скорочення витрат при виробництві продукції, підвищення рівня сервісу протягом її експлуатації і технічного обслуговування [1].

Підвищення конкурентоспроможності підприємств автомобільного транспорту безпосередньо пов'язане з управлінням одним зі стратегічних ресурсів – інформацією про продукцію. Питання полягає в тому, щоб усунути існуючі на підприємстві недоліки в управлінні цією інформацією і правильно використовувати сучасні рішення в цій галузі.

Більшість виробничих підприємств зацікавлені в застосуванні концепції «ощадливого виробництва» для скорочення витрат або зниження собівартості продукції [2].

«Ощадливе виробництво» – це система організації та управління розробленням продукції, виробництвом, стосунками з постачальниками і споживачами, коли продукція виготовляється відповідно до запитів споживачів і з меншими втратами у порівняно з масовим виробництвом великими партіями [3].

Відповідно до концепції ощадливого виробництва всю діяльність підприємства можна класифікувати так:

- операції і процеси, що додають цінність для споживача;
- операції і процеси, що не додають цінності для споживача.

Отже, все, що не додає цінності для споживача, з погляду ощадливого виробництва, класифікується як втрати, і має бути усунуто.

Основними цілями ощадливого виробництва є:

- скорочення витрат, в тому числі трудових;
- скорочення термінів створення продукції;
- скорочення виробничих і складських площ;
- гарантія постачання продукції замовнику;
- максимальна якість при певній вартості або мінімальна вартість при певній якості [4].

Одним з інструментів, призначених для зниження втрат і реалізації принципу «ощадливого виробництва», є системи PLM, що дають змогу стандартизувати виробничі операції, забезпечити збір необхідних даних для аналізу поточного стану процесів і контролю втрат.

PLM (*Product Lifecycle Management*) – це стратегія ведення бізнесу на основі системних бізнес-рішень, які підтримують колективну розробку, управління, поширення і використання інформації про специфікацію продукції в рамках розширеного підприємства від концепції зародження до кінця життєвого циклу продукції; PLM забезпечує інтеграцію персоналу, виробничих процесів, бізнес-систем та захисту інформації [5].

Застосування PLM засноване на використанні інтегрованих моделей даних про продукцію і бізнес-процесів підприємства. PLM передбачає нові методи роботи з інформацією про цю продукцію, даючи змогу тісно пов'язати її з процесами, забезпечуючи одночасний доступ до даних різних категорій співробітників і повною мірою реалізувати принципи паралельного проектування виробів [6].

Одна з головних проблем, з якою стикаються підприємства, що зацікавлені в концепції «ощадливого виробництва», – вибір програмного забезпечення управління даними про продукцію. PDM (*Product Data Management*), яка є ядром PLM-системи і дає змогу отримувати інформацію про те, де і наскільки перевищені витрати, які з них можна скоротити, які зміни варто внести у проект в разі заміни виробничого обладнання тощо [2].

Парадигма PLM-підходу, орієнтованого на «ощадливе виробництво», передбачає можливість визначати вартість продукту вже під час проектування при повноправній участі всіх учасників проекту і, відповідно, контролювати відхилення.

Конкурентною перевагою для підприємства є перехід на єдину PDM-платформу від одного виробника, але за короткий відрізок часу такий стрибок зробити неможливо. Тут проблема постає не стільки в обсягу інвестицій, які для цього потрібно залучити, а необхідність змінювати встановлені за багато років роботи стандарти підприємства.

Однією із основних переваг впровадження PLM-системи на підприємстві автомобільного транспорту є індивідуальність продукції відповідно до вимог клієнта – замість однотипних товарів масового виробництва, яке раніше призводило до зниження собівартості одиниці, актуальнішим стає виробництво унікальних продуктів, спроектованих персонально для клієнта.

Система дає змогу ефективно розв'язувати такі завдання:

- управління, контроль і аналіз виконання проектів розробки або модифікації продукту;
- протоколювання та реєстрація всіх змін на різних етапах життєвого циклу;
- реалізація наскрізних бізнес-процесів на всіх стадіях життєвого циклу;
- управління ресурсами проекту розробки чи модифікації продукту;
- управління цифровим макетом для кожного серійного номеру продукту протягом усього життєвого циклу;
- управління вартістю продукту на кожного етапі життєвого циклу[7] .

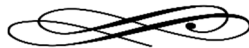
PLM дає змогу відстежувати кожен продукт на всіх етапах його життєвого циклу, зокрема на етапах розробки конструкторської документації та підготовки до виробництва.

Завдяки тому, що PLM-стратегія реалізується всередині системи ERP, з'являється можливість прорахувати можливу собівартість нового продукту ще до етапу підготовки виробництва. Це дає можливість відмовитися від реалізації економічно невиправданих проектів на ранніх етапах життєвого циклу, чим заощадити чималі кошти, а також робочий час персоналу [8].

Усе вищеприписане робить PLM-систему найбільш значущим нововведенням, впровадження якого на підприємстві автомобільного транспорту здатне революціонізувати всю діяльність і принести тільки позитивні зміни.

Список використаних джерел:

1. Бережливое производство через PLM-подход. URL : http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Бережливое_производство_через_PLM-подход
2. Все про ошадливе управління: опис найкращих практик, інструментів технології, література, відео тощо (Блог). URL:<http://www.lean6sigma.org.ua>
3. Lean система (Бережливое производство). URL : <https://www.src-master.ru/article25952.html>
4. Управление жизненным циклом изделия. URL: http://plmpedia.ru/wiki/Управление_жизненным_циклом_изделия
5. Технологии PLM. URL : <http://www.calscenter.ru/technology/>
6. PLM-управління життєвим циклом продукту. URL : <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/product-lifecycle-management-plm>
7. PDM и PLM системы. URL : <http://asapcg.com/press-center/articles/pdm-i-plm-sistemy/>
8. Шилін І. В. Конспект лекцій з дисципліни «Управління якістю» для студентів спеціальності 6.030601. «Менеджмент організації» . 2014 р. 88 с.



Никончук Сніжана Володимирівна
(*наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ЕКСПЕРТИЗА ЦІННОСТІ ДОКУМЕНТІВ В РОБОТІ З КОМПЛЕКТУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ

Експертиза цінності документів і процес комплектування фондів державних архівів виконують важливе завдання забезпечення суспільства ретроспективною інформацією, створення репрезентативної джерельної бази, що відбиває всі аспекти його життя. Від часу

створення технології експертизи цінності її мета полягала у визначенні міри необхідності й достатності інформації, що підлягає відбору для постійного зберігання. Суттєві зміни у державному становленні України за останнє десятиліття зумовили виникнення низки чинників, що впливають на методіку проведення експертизи цінності документів. Важливі зміни відбулися в питанні експертизи цінності управлінських документів, зокрема зміни в системі управління (нові організації, нові завдання і функції організацій, зміна вертикальних і горизонтальних зв'язків управління, відмова від жорсткої централізації, нова структура організацій); нова система економічних взаємин (різні форми власності, багатопрофільність діяльності); зміни в документуванні діяльності суспільства (нові види документів, різна повнота документування функцій організацій, актуалізація певних комплексів документів, зміна ролі й значення окремих видів документів в організації управлінських процесів); зміна потреби суспільства в ретроспективній інформації (зняття ідеологічних заборон з тематики досліджень, соціально-політична нейтральність щодо оцінки фактів).

Правові засади експертизи цінності документів розкриває сучасне архівне законодавство, що регулює процеси формування Національного архівного фонду (НАФ) України. Здійснення експертизи цінності для виконання роботи з комплектування державного архіву визначають такі нормативно-правові акти і закони: Наказ Державного комітету архівів України від 16 березня 2001 року № 16 «Про затвердження Правил роботи архівних підрозділів органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій»; Наказ Міністерства юстиції України 10.02.2012 № 232/5 «Про затвердження Типового положення про архівний підрозділ органу державної влади, органу місцевого самоврядування, державного і комунального підприємства, установи та організації»; Наказ Головного архівного управління при Кабінеті Міністрів України від 20 липня 1998 року № 41 «Про затвердження Переліку типових документів»; Наказ Міністерства юстиції України 12.04.2012 № 578/5 «Про затвердження Переліку типових документів, що створюються під час діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, інших установ, підприємств та організацій, із зазначенням строків зберігання документів»; Постанова Кабінету Міністрів України від 8 серпня 2007 р. № 1004 «Про проведення експертизи цінності документів» [1].

У документах визначено порядок внесення до НАФ документів, що утворюються в діяльності підприємств, установ та організацій усіх форм власності, а також принципи і критерії визначення цінності документів. Зафіксовано, що установи і організації всіх форм власності створюють архіви чи архівні підрозділи для зберігання документів, закінчених у діловодстві, користування ними із службовою, виробничою, науковою та іншою метою, а також для захисту законних прав та інтересів громадян. При формуванні архіву належної уваги потребує організація та проведення експертизи цінності документів – всебічне вивчення документів з метою внесення їх до Національного архівного фонду або вилучення з нього, проведення грошової оцінки документів, віднесення їх до категорії унікальних, встановлення строків зберігання документів, що не підлягають внесенню до НАФ [2].

Установи незалежно від форм власності зобов'язані не пізніше одного року з початку діяльності звернутися до одного з державних архівів, у зоні комплектування якого вони перебувають, для проведення експертизи цінності документів з метою їх можливого віднесення до Національного архівного фонду. Ця вимога є обов'язковою та важливою під час формування фондів архіву та їх комплексності. Пріоритетним завданням експертної комісії установи є організація та проведення експертизи цінності документів, що утворилися в діловодстві установи. До документів, що надходять на зберігання у державні архіви, належать розпорядчі, протокольні, нормативні документи, частина організаційних, інформаційно-довідкових, планових, обліково-звітних документів.

Системний підхід до науково-методичного забезпечення експертизи цінності документів передбачає застосування загальних положень, принципів, що виробляються та приймаються централізовано, і досвіду архівних установ, які враховують місцеву специфіку. Експертиза цінності документів проводиться за такими критеріями: походження – функціонально-цільове призначення юридичної особи (фондоутворювача), значення фізичної особи

(фондоутворювача) в житті суспільства, час і місце створення документа; зміст – значущість інформації, що міститься в документі (унікальність і типовість), її повторення в інших документах, вид документа, оригінальність; зовнішні ознаки – форма фіксації та передачі змісту, засвідчення і особливості оформлення документа, стан його збереженості [3].

Реалізацію експертизи цінності документів визначають принципи: об'єктивності – проведення оцінки документів на основі неупередженого підходу; історизму – урахування особливості часу і місця створення документів, загальноісторичного контексту; всебічності і комплексності – вивчення відповідних документів з урахуванням їх місця в комплексі інших документів. Це загальноприйнятий перелік вихідних положень і критеріїв реалізації відбору документів для формування НАФ. Проте надмірна централізація має бути замінена на рекомендаційні підходи щодо виконання певних видів робіт, творче застосування посібників з експертизи цінності документів на місцях.

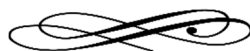
Існують чітко прописані механізми та вимоги до організації і процедури проведення експертизи, що вирішує долю зберігання та комплектування державних архівів документами різних форм власності. Методична основа експертизи цінності сьогодні являє собою систему положень, які враховують право власності на документи. Це зумовлює не тільки особливості організації роботи з власниками документів НАФ, але й змінює методику проведення експертизи цінності їх документів, а в кінцевому підсумку й склад документів, що надходять на постійне зберігання. Експертиза цінності документів в установі проводиться: у поточному діловодстві під час складання номенклатур справ, формування документів у справи і перевіряння правильності віднесення документів до справ; під час підготовки справ до наступного зберігання, у тому числі в складі Національного архівного фонду [1].

На стадіях комплектування та впорядкування документів експертно-перевірні комісія розглядає результати експертизи цінності документів та приймає рішення про внесення до НАФ документів або їх копій, що надійшли в установленому порядку; схвалює описи справ постійного зберігання, внесені до НАФ, та подає їх на затвердження керівника архіву; затверджує назву архівного фонду, схвалює проекти визначення рангу документів НАФ та подає на затвердження керівника державного архіву акти грошової оцінки документів; схвалює і подає на погодження із ЦЕПК Держкомархіву ановані переліки унікальних документів НАФ для внесення їх до Державного реєстру національного культурного надбання; приймає рішення про погодження актів про вилучення для знищення документів, не внесених до НАФ.

Процес організації роботи архіву з установами-джерелами комплектування чітко визначений та зафіксований у документах. Проте на сьогодні потрібен гнучкий підхід до експертизи цінності документів недержавних організацій, їх відбору з урахуванням унікальності і масовості інформації, її походження і засобів створення. А головне завдання документознавців і архівістів полягає у необхідності виявити, зібрати, узагальнити й залучити до наукового обігу унікальні свідчення сучасної історії, зберегти їх для майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про проведення експертизи цінності документів». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1004-2007-%D0%BF>
2. Панасюк К. А. Організація роботи офісу та діловодство в туристській діяльності: метод. рек. для самост. роботи студ. ден. й заоч. форм навчання напр. підгот. «туризм». М-во освіти і науки, молоді і спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 92 с.
3. Кузнецов И. Н. Документационное обеспечение управления и делопроизводство: учебник для бакалавров. М.: ИД Юрайт, 2015. 576 с. Експертиза цінності документів. URL: https://stud.com.ua/22665/dokumentoznavstvo/ekspertiza_tsinnosti_dokumentiv



Павлюк Юлія Сергіївна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ З ІНФОРМАЦІЄЮ КОНТАКТ-ЦЕНТРУ

В нових умовах співпраці організацій та користувачів продуктів та послуг усе більшого значення набувають кол-центри. Це окрема спеціалізована організація або виділений підрозділ в організації, що займаються обробкою звернень та інформуванням голосовими каналами зв'язку в інтересах організації-замовника або головної організації.

Організації можуть створювати кол-центри як власні підрозділи, і віддавати процеси з обробки дзвінків на аутсорсинг. Компаніями, які спеціалізуються на аутсорсингу бізнес-процесів, сформований ринок послуг кол-центрів. У спектр послуг можуть входити постійна або погодинна оренда робочих місць операторів, оренда робочого часу операторів, оренда обладнання телефонії, телефонних ліній і телефонних номерів (наприклад, номерів у коді 0 800 з оплатою за рахунок приймаючої сторони), оренда програмного забезпечення комп'ютерної телефонії (у тому числі для організації голосових меню, телеопитування, автоматичного холодного продзвону), надання баз даних для поширення комерційних пропозицій.

Кол-центр – це відкритий робочий офісний простір, де працюють оператори. Робоче місце оператора включає персональний комп'ютер або апаратний тонкий клієнт, телефон (телефонну трубку або гарнітуру), приєднаний до комутаторів або телефонних станцій, можливо, інтегрований з комп'ютером на робочому місці.

Усі дзвінки зазвичай ділять на вихідні (англ. *outbound*) і вхідні (*inbound*), оскільки характер вхідних і вихідних дзвінків істотно розрізняється, і їх обслуговують різні оператори, але іноді функції з обробки вхідних і вихідних дзвінків об'єднуються.

Часто оператори організовані в багатоланкову систему для більш ефективної обробки дзвінків: перший рівень у таких моделях складається з операторів, які надають базовий набір інформації; якщо людині, яка телефонує, потрібна додаткова інформація, то виклик направляється на операторів другого рівня, які можуть володіти більш специфічною інформацією або уповноважені ухвалювати будь-які особливі рішення, які, зі свого боку, найскладніші вузькоспеціальні питання перенаправляють на операторів третього рівня або фахівців за межами кол-центрів.

Крім операторів, у кол-центрі працюють управлінці (керівники та контролери), технічний персонал, фахівці з навчання. Через високу технологічність операцій у кол-центрах поширений ретельний контроль над діяльністю операторів. Керівники центрів стверджують, що такий контроль необхідний для кращого планування обсягу робіт і часу працівників.

1. Важливим аспектом роботи є операційна ефективність контактних центрів. Продуктивність операторів і витрати на персонал поступово будуть відходити на другий план у міру зростання рівня автоматизації процесів взаємодії з клієнтами. Недавнє дослідження Національної Асоціації Контактних Центрів показує зростаючий розрив між стратегічними цілями компанії в галузі управління клієнтським досвідом і цілями на рівні операційного управління контактним центром як наслідок зростаючої складності процесів управління і тиском з боку бізнесу. Операційна ефективність контакт-центрів недостатньо висока для досягнення поставлених цілей компанії, а рівень сервісу часто не виправдовує очікувань клієнтів. Показники розв'язання питання клієнта при першому зверненні і зусилля клієнтів є ключовими для забезпечення високого рівня клієнтського досвіду. Однак ці показники, як демонструють результати дослідження, у традиційному голосовому каналі доступу нерідко виявляються істотно нижче аналогічних показників для цифрових каналів. Процеси операційного управління мають бути адаптовані для роботи з цифровими каналами. Клієнти хочуть простоти і швидкості у розв'язанні своїх питань, але крос-канальна взаємодія зараз досить розрізнена у більшості компаній.

2. Інновації та цифровізація контактних центрів стають вимогою часу і передбачають поєднання досвіду і технічних можливостей нового покоління [3]. Фокус на поліпшенні клієнтського досвіду як ключового елементу конкурентної переваги і зростаючі очікування клієнтів від цифрової взаємодії з компаніями стають головними драйверами в розробці відповідних цифрових стратегій. Однак, як показують дослідження, фактична ситуація не відповідає прогнозам і, головне, очікуванням клієнтів. Впровадження цифрових технологій у контакт-центрах сповільнюється через обмежену функціональність рішень, які не відповідають очікуванням клієнтів, а також слабкий маркетинг, що не дає змоги клієнтам дізнатися про існування нових цифрових можливостей. CX – це ядро цифрових перетворень, тому сучасні контакт-центри фокусуються на поліпшенні клієнтського досвіду від пропонованих послуг, вносячи зовнішні і внутрішні зміни.

3. Аналітика взаємодії з клієнтами – окремий напрям у вдосконаленні організації роботи та опрацюванні інформації колл-центру, використання її в подальшому розвитку співпраці [2]. Аналітика взаємодії з клієнтами протягом останніх років визнається керівниками контактних центрів по всьому світу ключовим фактором, який змінить індустрію контактних центрів і управління клієнтським досвідом. Проте багато компаній все ще розглядають тільки поверхневі дані, щоб визначити, як поліпшити пропозиції своїх послуг і клієнтський сервіс. Якщо не робити фокус на збір і аналіз даних, компанії не зможуть надавати персоналізованого клієнтського досвіду. Контактний центр має стати ключовою центральною ланкою в ланцюжку збору даних про взаємодію з клієнтами. Без створення централізованих джерел даних аналітика взаємодії з клієнтами може бути неповноцінною або неефективною. Управління всіма даними і системна інтеграція (інтеграція інформаційних систем), а також відсутність зв'язку між розрізненими департаментами всередині організації – це основні проблеми при впровадженні клієнтської аналітики для поліпшення роботи з клієнтами.

4. Ефективність та оптимізація ресурсів; управління персоналом контакт-центру – суттєві складники в напрямі осучаснення роботи колл-центру [1]. У більшості компаній сьогодні йде боротьба між цілями стратегічного розвитку бізнесу й операційними цілями розрізнених департаментів, які взаємодіють із клієнтами. Цей факт перешкоджає оптимізації і традиційних, і «цифрових» ресурсів компанії. Контактний центр знаходиться в осередку цих протиріч і боротьби за ефективність, досягненню якої перешкоджає неповноцінне використання технологій підтримки бізнесу, як-от системи управління знаннями KMS і персоналом WFM. Незважаючи на зростаючий рівень складності процесів взаємодії та відповідних витрат на персонал, деякі компанії досі працюють без використання цих систем.

Як показують дослідження ринку, аналітика роботи операторів і зростання популярності технологій електронного дистанційного навчання стають фокусом для оптимізації в передових контактних центрах. Навички і досвід операторів виходять сьогодні на передній план і є конкурентною перевагою. Проте результати досліджень ринку показують, що рівень безробіття на робочому місці серед операторів в 1,5–2 рази вищий, ніж серед менеджерів КЦ, і цей показник постійно збільшується. Нові технології створюють фундамент для нових можливостей підвищення ефективності і для компанії, і для клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Shrinivasan R., Talim J., Wang J. Performance analysis of a call center wuh Interactive voice responso units. *Товариство статистики та оперативних досліджень Top*. 2004 Vol. 12, No. 1, P. 91–110
2. Пинчук А. В., Фрейнкман В. А Контакт-центр в мультисервисных сетях. URL: http://www.njfrs.ru/public/2002/200_203.pdf
3. Пшеничников А. П., Степанов М. С. Асимптотические свойства модели с учетом повторения заблокированных заявок. Труды конференции «Телекоммуникационные и вычислительные системы». 2009. С. 44–46.



Рибак Іванна Іванівна
(*наук. керівник – канд. педагог. наук, доцент Яворська Т. М.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

БІБЛІОБУС ЯК НОВА АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ТРАДИЦІЙНИХ БІБЛІОТЕК

У зв'язку з обмеженим фінансуванням стаціонарних бібліотек, скороченням мережі бібліотечних установ виникає потреба в пошуку нових форм інформаційно-бібліотечного обслуговування. Сьогодні альтернативним шляхом розв'язання таких проблем є нестационарне бібліотечне обслуговування населення.

В основу діяльності бібліотек покладено принципи доступності інформації:

1. Бібліотеки покликані забезпечувати право мешканців усіх населених пунктів на читання, знання та інформацію.
2. Зручне територіальне розміщення книгозбірні та забезпечення доступу різним соціально-віковим групам населення.
3. Якісна альтернатива стаціонарному бібліотечному обслуговуванню [1].

Однією з форм нестационарного обслуговування населення в новостворених ОТГ (об'єднаних територіальних громад) є бібліобус.

Бібліобус – це сучасний пересувний бібліотечний центр, який має постійно оновлюваний книжковий фонд, доступ до мережі Інтернет та баз даних [1].

Бібліобус дає змогу жителям віддалених сільських районів користуватися інформаційними, сервісними, освітніми послугами, доставляти в кожен будинок новинки книжкового ринку, чим допомагає подолати відмінності культурного статусу міста і села.

У жовтні 2017 року на Вінниччині презентували унікальну сучасну багатофункціональну бібліотеку на колесах [2].

Проект «Мобільна бібліотека» започатковано у Вінницькому районі ще в 2015 році. Його головна мета – забезпечити для громадян рівний доступ до інформаційних, культурних, освітніх послуг незалежно від місця проживання. Також бібліобус можна використовувати як інформаційний, консультативний, освітній дитячий центр, майданчик для проведення культурно-масових заходів, майстер-класів, презентацій [2].

Ідея виникла через те, що протягом останніх 15 років тільки у Вінницькому районі закрили 14 бібліотек, відтак дорослі та діти залишилися без джерел мудрості.

До послуг, які надає Вінницький бібліобус, можна віднести:

- універсальний книжковий фонд (дитяча література, довідково-енциклопедичні видання, література з різних галузей знань);
- періодичні видання та краєзнавчі документи;
- вільний доступ до Інтернету;
- інформаційна підтримка навчального процесу;
- отримання допомоги бібліотекаря-консультанта;
- майданчик для проведення культурно-масових заходів, презентацій, майстер-класів, тощо;
- надання додаткових сервісних послуг: копіювання, сканування, друк матеріалів.

На сьогодні бібліобус має 7 маршрутів до сіл Тютьки, Іванівка, Лисогора, Зарванці, Порпурівці, Хижинці, Медвідка із зупинками з урахуванням потреб кожного окремо взятого населеного пункту [2].

Бібліотека на колесах на Вінниччині працює за визначеним графіком: у населенні пункти виїжджає чотири рази на тиждень. Понеділок – технічний день.

Бібліотекарі привозять у села сучасну літературу за індивідуальним замовленням читачів [2].

Бібліобус укомплектований стелажми з книгами, має комп'ютер із виходом в Інтернет, принтер, сканер, стаціонарні місця для відвідувачів, комплект меблів і тент для роботи в літній період та генератор для постачання електроенергії. Бібліобус вміщує більше чотирьохсот

примірників книг та періодичних видань. На стелажах розміщені казки, романи, а ще газети й журнали [2]. Вінницький бібліобус поки що єдиний в Україні.

Як висновок, можна сказати, що сьогодні організація мобільної бібліотеки-бібліобусу – у Вінницькому районі є прикладом бібліотечного обслуговування для створених об'єднаних територіальних громад, адже в Україні це перший досвід такої роботи.

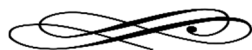
Бібліобус – одна з можливостей подолання таких проблем:

- багатовартісне фінансове утримання закладу;
- демографічна ситуація в окремо взятих населених пунктах (недоступність до літератури у найвіддаленіших селах);
- низький рівень читачів з обмеженими можливостями через непристосування стаціонарних бібліотек.

Список використаних джерел:

1. Мастіпан О. Стан охоплення бібліотечним обслуговуванням сільського населення України. *Бібліотечна планета*. 2013. № 2. С. 9–10.

2. Унікальна сучасна багатофункціональна бібліотека на колесах Вінниччини. URL : <http://vlasno.info/suspilstvo/dopomoga/osvita/item/20451-unikalnu-biblioteku-na-kolesakh-rozrobyly-na-vinnychchyni-foto>



Свірська Вікторія Олегівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПОНЯТТЯ ЗНИЩЕННЯ ДОКУМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЯ

Наразі триває ХХІ століття, епоха загальної комп'ютеризації. Більшість архівів давно переведені в електронний вигляд, тому на багатьох підприємствах застосовується знищення документів, що втратили актуальність і виконали своє призначення. Спалення паперів у непристосованих місцях є досить небезпечним і може призвести до пожежі, до того ж в атмосферу потрапляють різні шкідливі речовини (свинець у типографській фарбі). Застарілу документацію треба утилізувати більш сучасними і безпечними для екології способами та згідно з вимогами нормативно-правових документів.

Згідно із Законом № 3814, документи Національного архівного фонду є культурними цінностями, які постійно зберігаються на території України або, згідно з міжнародними договорами, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України, підлягають поверненню в Україну. НАФ формується з архівних документів органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій усіх форм власності, а також архівних документів громадян і їх об'єднань. У більшості підприємств відсутні документи НАФ, тому такі процедури стосуються документів визначеного строку зберігання. Первинні документи, що пройшли обробку, підлягають обов'язковому передаванню до архіву, а до того мають зберігатися у спеціальних приміщеннях або зачинених шафах під відповідальністю осіб.

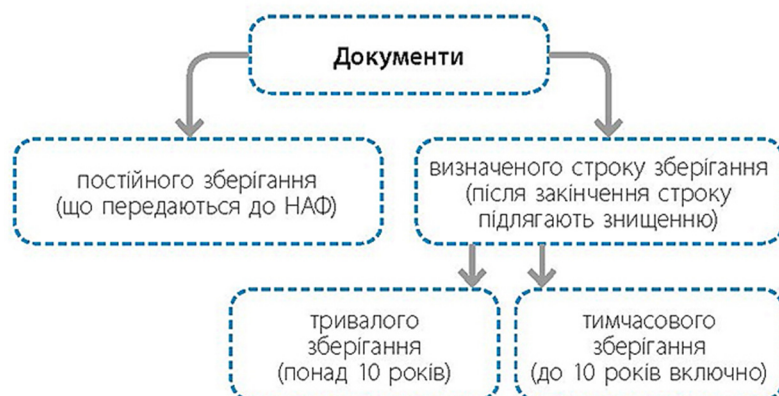
Зберігання первинних документів, що пройшли обробку і були підставою для складання звітності, а також оформлення і передачу їх до архіву забезпечує керівник. Єдині вимоги щодо створення управлінських документів і роботи зі службовими документами, а також порядок їх архівного зберігання в державних органах, органах місцевого самоврядування, в установах і організаціях встановлюють Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і

організаціях, затверджені наказом Мін'юсту від 18.06.2015 № 1000/5. Вони передбачають, що: документи з моменту створення чи надходження і до передавання на зберігання в архів зберігаються за місцем формування справ у службі діловодства або інших структурних підрозділах; вилучення документів для знищення без проведення попередньої експертизи їх цінності забороняється. Для проведення експертизи документів утворюються постійно діючі експертні комісії. Експертиза цінності документів проводиться щороку.

Вилучення первинних документів, облікових реєстрів, бухгалтерських звітів і балансів підприємств, установ може бути здійснено лише за постановою органів дізнання, попереднього слідства, прокуратури і судів, державної контрольно-ревізійної та податкової служб відповідно до чинного законодавства України. Вилучення оформляється протоколом (актом), копія якого вручається під підпис відповідній посадовій особі підприємства чи установи. Зверніть увагу: до акта можна включати лише ті справи, строк зберігання яких минув 1 січня року, у якому складається акт. Закон України «Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції» встановлює правові та організаційні засади вилучення з обігу, переробки, утилізації, знищення або подальшого використання неякісної та небезпечної продукції з метою недопущення негативного впливу такої продукції на життя, здоров'я людини, майно і довкілля.

Розглянемо детальніше у який спосіб можна знищувати бухгалтерські документи. Знищенню підлягають бухгалтерські документи, що не належать до Національного архівного фонду (НАФ), а також документи, у яких закінчились строки зберігання, передбачені «Переліком типових документів, що створюються під час діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування, інших установ, підприємств та організацій, із зазначенням строків зберігання документів», затвердженим наказом Мін'юсту від 12.04.12 р. № 578/5.

Існує визначена процедура, як правильно здійснити та задокументувати знищення документів. Загальноприйнятим є чотириетапний порядок документування операцій зі знищення документів після завершення строку їх зберігання. На першому етапі на підприємстві здійснюють відбір документів, строки зберігання яких закінчилися, і складають у двох примірниках опис справ та акт про вилучення цих документів для знищення (за формою, наведеною в додатку 15 до Правил, затверджених наказом Мін'юсту від 18.06.15 р. № 1000/5, далі – Правила № 1000) (п. 1 гл. 3 розд. V Правил № 1000).



На другому етапі оформлені в належний спосіб описи справ та акти про вилучення та знищення документів передають на розгляд експертній комісії підприємства. Третій етап пов'язаний з роботою експертної комісії. Затверджені експертною комісією акти разом із описами справ передають на розгляд експертно-перевірній комісії державної архівної установи.

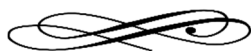
Четвертий етап. Після схвалення актів ЕПК описи та акти затверджуються керівником підприємства. Після дотримання цієї послідовності для знищення справи передаються організаціям, які займаються переробкою вторинної сировини. Для цього складають накладні, де вказують вагу макулатури, яка передається на переробку (у подальшому номер накладної, дата

здавання на переробку та вага макулатури наводяться в акті на знищення). Якщо обсяги є незначними – до 20 кг (див. лист Держкомархівів від 20.04.10 р. № 795/072), то документацію, що підлягає знищенню, можна спалити, про що треба зазначити в акті на знищення. Але тут вступає в протиріччя норма захисту довкілля.

Отже, документи, за якими закінчився строк зберігання, можуть бути знищені. На підставі представлених структурними підрозділами переліків (списків) справ, що підлягають знищенню у зв'язку із закінченням строків їх зберігання, і проведеної експертизи цінності документів в архіві підприємства складають акт про вилучення для знищення документів. Справи включають в акт, якщо передбачений для них строк зберігання закінчився до 1 січня року, у якому його складено.

Список використаних джерел:

1. Утилізація (знищення) документів. URL : <http://bioeco.com.ua/ua/utilizaciya-otkhodov/utilizaciya-unichtozhenie-dokumentov>
2. Вікторія Марвенецька. Знищення документів: як правильно здійснити. URL : <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-gospodarski-operacii-v-agrosektori-35-unichtozhenie-dokumentov-kak-pravilno-osushhestvit>
3. Вороная Наталія, Чернишова Наталія Знищуємо документи, строк зберігання яких закінчився. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/august/issue-68-69/article-29873.html>
4. Закон України Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1393-14>



Семик Марина Василівна

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСЛУГ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ ФРАНЦІЇ

Створення і користування різними видами електронних документів стало нормою сьогодення. Підприємства, установи та організації, музеї, архіви та бібліотеки накопичують значний обсяг даних, представлених у цифровому форматі. У цих умовах досить високим є ризик втрати даних, на створення чи придбання яких іноді витрачаються значні зусилля і кошти. Тому надзвичайної актуальності набуває питання необхідності довготривалого збереження цифрових ресурсів.

З погляду впровадження систем та стратегій довготривалого збереження електронних документів корисним для вітчизняних установ буде ознайомлення з відповідним закордонним досвідом, насамперед із досвідом великих національних установ, які тривалий час задіяні у міжнародних, і в національних проектах з розробки систем довготривалого зберігання цифрових даних. Однією з таких установ є Національна бібліотека Франції.

Національна бібліотека Франції (НБФ) – одна з найстаріших у Європі, центр національної мережі бібліотек Франції, найбагатше зібрання літератури французькою мовою у світі. Колекції НБФ налічують понад 14 млн книг та друкованих видань, а також рукописи, гравюри, фотографії, плани тощо [1].

Із 1997 р. НБФ розпочала створення власної цифрової бібліотеки Gallica. Ідея повністю віртуальної бібліотеки була запропонована Жаком Атталі (економіст, письменник, радник Ф. Міттерана у 1981–1991 рр.).

Документальна політика електронної бібліотеки НБФ базується на таких принципах:

- цифрове відтворення найрізноманітніших видань для забезпечення праці дослідників порівняльним способом;
- першочергове оцифрування текстів, найчастіше використовуваних чи з ускладненим доступом;
- представлення в електронному вигляді творів, які презентують ту чи іншу соціально-культурну сферу;
- забезпечення доступу на відстані до документів електронної бібліотеки;
- поряд зі створенням енциклопедичного електронного фонду представлення тематичних збірань текстів і зображень.

Для створення електронної бібліотеки були організовані дві проектні групи: перша займалася придбанням документів; друга – інформаційною концепцією і розробкою етапів виробництва електронної бібліотеки.

Сьогодні електронна бібліотека інтегрована в діяльність одного структурного підрозділу – Департаменту електронної бібліотеки, який здійснює управління та координацію діяльності, пов'язаної з оцифруванням [2].

До 2001 р. оцифрування документів здійснювалася способом зображення (факсиміле) розрішенням від 300 до 400 dpi, однак зміст книг і періодичних видань оцифровувався текстовим способом [2]. Більшість документів була оцифрована не на місці, а надана у тимчасове користування внаслідок звернення до європейських пропозицій. Служба оцифрування спостерігає за якістю документальних джерел та за якістю оцифрованих документів. Електронні дані записуються на касети DAT, CD-Worm, зміст яких передається на сервери інформаційної системи (SI). SI контролює якість файлів, які передаються, перед їх використанням, бере участь у розробці та реалізації концепції програмного забезпечення передачі даних через Internet та їх оцінки. Департамент електронної бібліотеки проводить також попередній відбір методів збереження електронних даних [2].

На сьогодні Gallica надає в користування 3 480 461 документ, серед яких 605 942 книги, 88 614 карт, 56 877 рукописів, 1 166 736 зображень, 1 499 434 примірника періодичних видань, 28 472 партитури, 34 386 звукозаписів [3]. Для великої частини фондів Галліки після проведення OCR-обробки можна проводити пошук по всьому тексту документів. Кожен документ має цифровий ідентифікатор, так званий Archival Resource Key (ARK) Національної бібліотеки Франції [4].

Нова версія Gallica Labs, реалізована протягом 2015 р., спрощує способи користування електронними документами. За її допомогою сьогодні можна протестувати унікальний прилад перегляду документів, який дає змогу обрати різні способи виведення документа на екран дисплея (посторінково, по дві сторінки, вертикальне прокручування, мозаїчний вигляд).

Серед цих способів новим є одночасний перегляд електронного документа і у вигляді зображення, і у текстовому вигляді. Крім того, спрощуються способи користування електронними документами завдяки покращенню навігації змісту та завдяки можливості гортати документ за допомогою клавіатури.

Інтерфейс Gallica Labs прагне бути доступним для осіб з обмеженими можливостями. Крім цього, весь оцифрований матеріал Gallica доступний для користувачів в аудіоформаті: з'явилася можливість посторінкового «прослуховування» документів, що особливо важливо для користувачів зі слабким зором [5].

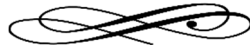
Також НБФ пропонує додаток Gallica на iOS та Android, який безкоштовно завантажується на App Store та Google Play і надає доступ до документів, представлених в електронній бібліотеці, сприяючи ефективності досліджень. Кожен документ може бути завантажений повністю чи частково – так, користувач отримує можливість легко створити чи збагатити свою бібліотеку.

Тенденцією постійного розвитку електронних документно-інформаційних ресурсів провідних установ культурно-історичної спадщини Франції, якою є Національна бібліотека, у напрямі збільшення кількості оцифрованих ресурсів є покращення та спрощення доступу до них

якнайширшого кола користувачів, інтеграції електронних інформаційних ресурсів у місці єдиного доступу, яким зазвичай є портал відповідної установи на єдиному порталі, або розміщення на ньому посилань, які забезпечують користувачам легкий та зручний онлайн-доступ до ресурсів установ-партнерів.

Список використаних джерел:

1. Малолетова Н. Національна бібліотека Франції: основні напрями діяльності. *Бібліотечний вісник*. 2013. № 5. С. 20–27. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bv_2013_5_6.pdf
2. La Bibliothèque nationale de France: collections, services, publics / dir. Daniel Renoult, Jacqueline Melet-Sanson. Paris: Electre-Éditions du Cercle de la Librairie, 2001. 238 p.
3. Gallica, bibliothèque numérique. URL: <http://gallica.bnf.fr/?&lang=FR>
4. Галліка. URL: <http://www.wikiwand.com/uk>
5. Sur Gallica Labs, un nouveau visualiseur de documents. URL: <http://blog.bnf.fr/gallica>



Стецюк Дмитро Андрійович

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

АНАЛІЗ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ

У сучасних умовах розбудови Української держави особливої актуальності набула проблема становлення особистості, яка здатна вправно володіти засобами рідної мови в усіх видах мовленнєвої діяльності. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови особистість характеризується як «конкретна людина з погляду її культури, особливостей характеру, поведінки і т. ін.; індивідуальність, особа» [1, с. 861].

Уперше термін «**мовна особистість**» було вжито в 1930 р. мовознавцем В. В. Виноградовим. Значний внесок у вивчення мовної особистості зроблено лінгвістом Ю. М. Карауловим. На думку Ю. Караулова, вищий рівень аналізу мовної особистості містить виявлення й характеристики мотивів і цілей, що рухають її розвиток, поведінку, керують її текстотворенням і в кінцевому підсумку визначають ієрархію смислів та цінностей у її мовній моделі світу. Мовну особистість учений розуміє як «сукупність здібностей і характеристик людини, які зумовлюють створення і сприйняття нею текстів, що відрізняються: а) ступенем структурно-мовної складності, б) глибиною і точністю відображення дійсності, в) певною цілеспрямованістю» [цит. за: 6].

Визначення мовної особистості знаходимо у працях С. Я. Єрмоленко і Л. І. Мацько «Навчально-виховна концепція вивчення української (державної) мови», у «Словнику-довіднику з української лінгводидактики», за яким мовна особистість – це такий носій мови, який добре володіє системою лінгвістичних знань, репродукує мовленнєву діяльність, має навички активної роботи зі словом, дбає про мову і сприяє її розвитку. Це мовець, який забезпечує розширення функцій мови, творення україномовного середовища в усіх сферах суспільного життя, виявляє природне бажання повернутися у повсякденному спілкуванні до рідної мови, до відродження культури, традицій народу, до вироблення зразків висококультурного інтелектуального спілкування літературною мовою [5, с. 85–86].

У науці виділилось три підходи до реконструкції мовної особистості. Перший ґрунтується на трирівневій організації мовної особистості; другий спирається на сукупність умінь мовної особистості до здійснення різних видів мовно-мисленнєвої діяльності і виконання різних комунікативних ролей; третій становить досить опрацьовану спробу відтворення мовної

особистості у тривимірному просторі: а) даних про рівневу структуру мови (фонетика, грамати́ка, лексика), б) типів мовної діяльності (говоріння, слухання, письмо, читання), в) ступенів оволодіння мовою [5, с. 123].

В американській соціолінгвістичній традиції (Д. Хаймз, С. Ервін-Тріпп, У. Лабов) визначають поняття «мовна особистість як «володіння не лише грамати́кою й словником, але й знання умов, ситуацій, у яких відбувається мовленнєвий акт» [6, с. 128]. На думку Н. П. Шумарової, – «основою компетенції є семантична компетенція, знання й розуміння значення і смислу. Лексичний і грамати́чний компоненти мовної компетенції створюють передумови успішного спілкування, стилістичний – для визначення діапазону креативних можливостей» [6, с. 127].

Мовна особистість, за визначенням В. І. Кононенка, має розглядатися з позицій суспільно-історичних, філософських, етнопсихологічних, з урахуванням специфіки національної мови, тобто як явище комплексне, багаторівневе, із властивими кожному рівневі одиницями, як абстраговане від конкретної індивідуальності синтезоване поняття. Таке бачення відкриває можливості виокремлювати в базовому понятті мовної особистості аспекти, що безпосередньо орієнтовані на природну національну мову й обставини формування національної мовної особистості [7]. До того ж, на думку В. І. Кононенка, без рідної мови, без її формованого впливу людина не може здобути необхідні для комунікативної компетенції знання; поняття – «особистість» стає невід’ємним від означення – «мовна» [3, с. 18]. Через мовну свідомість, мовну компетенцію, орієнтовані на національно-культурні цінності, людина пізнає світ, формується як мовна особистість.

Безсумнівно, мовна особистість, – зазначає Л. Мацько, – це узагальнений образ носія мовної свідомості, національної мовної картини світу, мовних знань, умінь і навичок, мовних здатностей і здібностей, мовної культури і смаку, мовних традицій і мовної моди [7]. Американська соціолінгвістка Л. Біланюк наголошує на тому, що для деяких українців суржик – рідна мова, мова їхніх батьків, прищеплена в дитинстві, носіями якої є переважно урбанізовані мешканці села; дослідник підкреслює, що формування суржику із вищенаведених мотивів є ознакою першого покоління, наступне ж наслідую мову батьків без якоїсь соціальної мотивації [7].

Одне з останніх досліджень феномену «мовна свідомість» – праця П. О. Селігея «Мовна свідомість: структура, типологія, виховання». На основі ціннісного критерію автор розробляє типологію рівнів мовної свідомості й зазначає, що людина з високою мовною свідомістю є зрілою мовною особистістю, якій властиве активне, зацікавлене, відповідальне ставлення до мови. Висока мовна свідомість забезпечує опірність до мовного безкультур’я та нігілізму, сповідує культ рідної мови, стаючи таким чином запорукою мовної стійкості [6, с. 130]. Саме такою мовною особистістю має бути сучасний документознавець, або менеджер інформаційних систем.

Потреба в підготовлених на рівні сучасних вимог документознавцях, сферою компетенції яких є документування, опрацювання, зберігання, використання документів, зростає. Підготовка студентів-фахівців документно-інформаційної галузі вимагає формування в них мовної культури, оскільки мова і мовлення обслуговують усі види їх діяльності: ділове листування, складання документів, спілкування з державними службовцями та громадянами різного рівня культури. Недотримання та порушення документознавцем мовних норм може бути причиною непорозуміння, викликати негативну реакцію у співрозмовника і відповідно позначитися на безпосередній діяльності. Адже для грамотного фахівця важливою є мовна компетенція – засвоєння мовних норм, що функціонують у лексиці, граматиці, орфоєпії, фразеології, стилістиці та їх використання у професійній діяльності, а також здібності, знання, навички мовної поведінки для успішного здійснення мовленнєвої діяльності в умовах ділового і професійного спілкування.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / укл. і гол. ред. В. Т. Бусол. К.: Перун, 2007. 1736 с.
2. Єрмоленко С. Я. Формування української мовної особистості. *Українознавство*. 2010. № 1. С. 120–123.

3. Кононекно В. І. Мова. Культура. Стиль: зб. статей. Київ – Івано-Франківськ: Плай. 2002. 460 с.
4. Селиванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2010. 844 с.
5. Словник-довідник з української лінгводидактики / за ред. М. І. Пентилюк. К.: Ленвіт, 2003. 149 с.
6. Струганець Л. Поняття «мовна особистість» в україністиці. *Культура слова*. 2012. № 77. С. 127–133.
7. Хом'як І. Формування мовної особистості в білінгвальному середовищі. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 22 (209), Ч. II., URL : <http://5fan.ru/wievjob.php?id=60988> (Дата звернення: 31.03.2019).



Срібна Аліна Олегівна

(*наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Мізіна О. І.*)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

АВТОМАТИЗАЦІЯ КАДРОВОГО ОБЛІКУ ПРОГРАМНИМИ ЗАСОБАМИ НА КП ПОР «ПОЛТАВАВОДОКАНАЛ»

У сучасних соціально-економічних умовах пошуку оптимальних шляхів інформатизації суспільства та входження України у світовий інформаційний простір першорядного значення набуває розв'язання багатоаспектної проблеми документального забезпечення управління, за допомогою якого процеси документування, організації документів і документообігу набувають впорядкованого характеру. Однією з найважливіших задач сучасного підприємства стає вдосконалення роботи кадрових служб, від успішної роботи якої залежить ефективність виробництва.

Кадрова служба підприємства – це сукупність спеціалізованих структурних підрозділів у сфері управління підприємством разом із зайнятими у них посадовими особами (керівники, фахівці, виконавці), покликаними управляти персоналом у межах обраної кадрової політики. Головне призначення кадрової служби у тому, щоб керуватися у виконанні кадрової політики інтересами підприємства, а також діяти з урахуванням трудового законодавства, реалізації соціальних програм, прийнятих на федеральному, та територіальному рівнях [3].

Основними функціями кадрової служби можна вважати: 1) участь у розробленні й реалізації цілей і політики підприємства в галузі управління людськими ресурсами; 2) прогнозування та планування потреби в персоналі; 3) організація навчання персоналу; 4) удосконалення організації оплати й стимулювання працівників підприємства; 5) забезпечення дотримання норм трудового законодавства в роботі з кадрами; 6) постійне удосконалення форм і методів управління кадрами на основі впровадження сучасних технологій роботи з персоналом [2]. Традиційно інформацію у відділі кадрів зберігають на паперових інформаційних носіях, ускладнюючи роботу кадрової служби, адже важко зосереджувати великий обсяг інформації на папері.

Автоматизована система управління кадровою службою дає змогу вести облік працівників, видавати й реєструвати накази, стежити за наданням відпусток, отримувати різноманітну аналітичну інформацію та розв'язувати багато інших невідкладних завдань. Програми управління людськими ресурсами допомагають не тільки ефективно розподіляти трудові ресурси, управляти капіталом, а й стають джерелом, з якого службовці можуть отримувати відомості корпоративного й індивідуального характеру.

Сучасним кадровим службам недостатньо тільки брати участь в оформленні наказів та розпоряджень вищого керівництва, а потрібно й ретельно зберігати кадрову інформацію. Вони поступово мають перетворюватися в центри з розробки й реалізації стратегії організації праці,

мета якої – підвищення виробничої, творчої віддачі та активності персоналу, розробка й реалізація програм розвитку кадрів, забезпечення справедливої оплати праці [1].

Ринок інформаційних технологій пропонує широкий вибір програмних продуктів для розв'язання актуальних проблем управління персоналом та оптимізації бізнес-процесів. Програмні продукти з управління кадровою службою дають змогу: 1) оперативно отримувати інформацію і ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення; 2) налагодити ефективний облік усієї інформації, що стосується персоналу компанії, створюючи основу для аналізу й планування витрат на персонал; 3) вести облік відповідно до законодавства й мінімізувати ризик фінансових санкцій з боку фіскальних органів [2].

На сьогодні існує велика кількість систем управління кадровою службою, представлених комплексними програмами, які охоплюють увесь діапазон завдань управління людськими ресурсами, і вузькоспеціалізованими рішеннями. Ці інформаційні системи дають можливість формувати й контролювати бюджети кадрової діяльності, здійснювати планування забезпечення персоналом, інтернет-підтримку, зворотний зв'язок тощо. Як приклад таких комплексних систем можна навести західноєвропейські програми «SAP», «Oracle», «BAAN», «Scala», «Navision», російські інформаційні продукти «Галактика», «Парус», «БОС-Кадровик», «Бест-Про», «1С: Управління персоналом 8.0», «1С: Зарплата і кадри 7.7» та системи українських розробників «СОФТПРОЕКТ – Кадри», «Атлас КАДРИ», «Кадри Плюс Україна», «Персонал Про» та інші. Перелік програмних продуктів, призначених для кадрового обліку, досить широкий і постійно поповнюється.

Зараз на КП ПОР «Полтававодоканал» впроваджено систему автоматизації управління персоналом «Бізнес. Персонал», яка призначена для автоматизації облікових, розрахункових і аналітичних функцій з організації праці на підприємстві, ведення обліку співробітників, обліку праці та розрахунку заробітної плати [4]. На підставі введених і розрахованих даних система дає змогу автоматично формувати увесь перелік звітів з кадрового та військового обліку, затверджених форм щодо праці, персоніфікованого обліку для ПФУ, регламентовану звітність із розрахунку заробітної плати, всіх податків і перерахувань. За готовими шаблонами користувач має можливість сам формувати звіти в редакторі Excel з подальшою обробкою й друком, створювати довідки, відомості, звіти зведень тощо.

Однак, як відомо, 17 травня 2017 року набув чинності указ Петра Порошенка про блокування російських ресурсів, тому цілком імовірно, що більшість організацій найближчим часом перейде на інше програмне забезпечення. Такою альтернативою системі автоматизації управління персоналом «Бізнес. Персонал» може стати система управління базами даних (СУБД) MS Access.

СУБД MS Access – одна з найпотужніших, гнучких і простих систем у використанні. Популярність СУБД Microsoft Access обумовлена такими причинами: 1) вона є однією з найбільш легкодоступних і зрозумілих систем і для професіоналів, і для користувачів-початківців, що дає змогу швидко засвоїти основні принципи роботи з базами даних; 2) ідеологія Windows здатна представляти інформацію барвисто і наочно; 3) можливість використання OLE-технології, дає змогу встановити зв'язок з об'єктами іншої програми або впровадити будь-які об'єкти в базу даних Access; 4) технологія WYSIWIG дає змогу користувачеві постійно бачити всі результати своїх дій; 5) широко і наочно представлена довідкова система; 6) існує набір «майстрів» з розробки об'єктів, що полегшує створення таблиць, форм і звітів [5].

Отже, інформаційні системи для автоматизації кадрового обліку дають можливість оперативно отримувати аналітичну інформацію й ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення, організовувати бізнес-процеси щодо управління персоналом і налагоджувати ефективний облік усієї інформації, що стосується персоналу підприємства, створюючи основу для аналізу та планування витрат на персонал. Альтернативою системі автоматизації управління персоналом «Бізнес. Персонал» на КП ПОР «Полтававодоканал» може стати реляційна система управління базами даних корпорації Microsoft – MS Access із широким спектром функцій. Ця система сприятиме підвищенню ефективності роботи кадрової служби та покращенню керованості підприємства.

Список використаних джерел:

1. Андреева В. І. Діловодство в кадровій службі: практ. посіб. Москва. 2002. 193 с.
2. Балабанова Л. В. Управління персоналом: навч. посіб. Київ. 2006. 512 с.
3. Маслов Є. В. Управління персоналом підприємства: навч. посіб. Москва. 2002. 312 с.
4. Ворона В. М., Даныливі І. В., Твердохлеб А. Н., Система автоматизації управління персоналом. Бизнес Автоматика. Корпоративні інформаційні системи: веб-сайт. URL: <http://business-automatic.com/index.php/c-articles/2016-06-16-08-15-45>
5. СУБД Microsoft Access. Комп'ютерна інженерія – Інформатика. URL: https://lawbooks.news/informatika_961/subd-microsoft-access-55377.htm



Таєнчук Марина Василівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

РОЛЬ БІБЛІОТЕЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КНИГОВИДАЧІ І ОБЕРТАНОСТІ ФОНДУ

Споживачами бібліотечних послуг є окремі читачі, підприємства, фірми, заводи, навчальні та медичні заклади. В епоху цифровізації актуалізується проблема офлайнової наповненості бібліотечних установ користувачами і їх поступовий перехід в онлайн-режим користування фондами. Нові тренди актуалізують питання розширення віртуальних можливостей надання інформаційних послуг бібліотеки. Набувають вагомості соціальні технології, які називаються «бібліотечний маркетинг» та необхідність їх впровадження в основну діяльність бібліотечного закладу. Вони орієнтовані на максимальне задоволення потреб реальних і потенційних користувачів послугами та продукцією бібліотеки, орієнтовані цілком на користувача та передбачають повноцінний захист бібліотечного фонду та авторських прав.

У національній бібліотечній системі України означився конфлікт, властивий інформаційному ринку – конфлікт між попитом і пропозицією. Позитивним і стандартним показником ефективності роботи закладу є стан справ, коли читачі заповнюють бібліотечні приміщення, підвищуючи книговидачу і обертаність фонду. Негативним станом є дисфункція книжкового читання, яку можна уподібнити кризі перепродукції на ринку користувача. Бібліотечний маркетинг спирається на загальну теорію маркетингу як систему виявлення і задоволення ринкового попиту та включає комерційний і некомерційний складники.

Комерційний маркетинг є засобом додаткового отримання фінансових коштів за рахунок ініціативної діяльності, включно з комерційною діяльністю бібліотеки, тобто надання платних послуг, реалізацію бібліотечної продукції. Комерційний маркетинг переважає здебільшого в закритих наукових бібліотеках, а також у деяких масових бібліотеках. Поряд із самопрезентацією бібліотек місцевій громаді загалом практикуються адресні звернення до різних цільових аудиторій, що акцентують окремі аспекти привабливого іміджу бібліотеки, культуру та моду читання. Особливо ефективні безпосередні персональні контакти з зацікавленим читацьким активом через звичайну або електронну пошти. Загальнодоступні бібліотеки активно стали застосовувати віртуальні простори інтернет-спільнот, соціальних мереж і блогів для презентації і просування послуг бібліотеки. Цим шляхом здійснюється співпраця з найактивнішою – молодіжною аудиторією бібліотек. Загалом у бібліотечному маркетингу виділяють маркетинг послуг і маркетинг продукції [1].

Бібліотечний маркетинг є технологією управління, орієнтованою на максимальне задоволення потреб і запитів реальних і потенційних користувачів послугами та продукцією бібліотеки. Об'єктами бібліотечного маркетингу є пропаганда конкретних видів обслуговування,

популяризація установ загалом, поширення профільних інформаційних ідей, розповсюдження інтелектуальної продукції. Особливою ознакою сучасного бібліотечного маркетингу є клієнтоорієнтованість. В окремих випадках публічні бібліотеки набувають іміджевих ознак «культурного центру», який поряд із виставкою нових надходжень використовує методи залучення клієнтів «чашкою кави» або іншими суміжними послугами.

В епоху ринкової економіки практика бібліотечного маркетингу заслуговує всебічного вивчення і поширення. Загалом бібліотечний маркетинг є способом регулювання відносин бібліотеки із зовнішнім середовищем під час обміну результатами діяльності, який націлений на надання споживачеві можливостей вибору необхідних йому бібліотечно-інформаційної продукції і послуг, розвиток перспективного попиту в інформаційній сфері, зайняття бібліотекою власної ніші на профільному ринку [2].

Маркетинг сучасної бібліотеки спрямований на максимізацію результату діяльності в реально сформованих умовах зовнішнього оточення при оптимальному стані внутрішнього потенціалу. Мета діяльності бібліотеки досягається шляхом максимізації соціального ефекту, що нерозривно пов'язано зі ступенем задоволення попиту на послуги, і через оптимізацію витрат внаслідок маркетингових обстежень ринків відповідних матеріальних, трудових, фінансових ресурсів. Досягнення максимальної результативності маркетингу можливе при дотриманні трьох основних умов, як то створення відповідного внутрішнього бібліотечного середовища, адекватне реагування бібліотеки на реально пропонований попит і потреби користувача, формування попиту бібліотекою шляхом комунікаційних та інших маркетингових впливів [3].

Поняття некомерційного маркетингу вивчене менш докладно і може бути застосоване тоді, коли йдеться про некомерційний складник маркетингової діяльності, результатом якого є досягнення тільки соціального ефекту без отримання комерційної вигоди. Некомерційний маркетинг розглядають як управлінську діяльність, спрямовану на максимальне задоволення потреб потенційних споживачів в умовах конкуренції. Некомерційний маркетинг як управлінська діяльність включає аналіз, планування, організацію, контроль і реалізацію заходів, спрямованих на створення і підтримання організаційно-економічних відносин із групами споживачів для досягнення цілей організації.

Специфіка некомерційного маркетингу бібліотек полягає у реалізації практики залучення ресурсів для розвитку організації у прямій та опосередкованій формах. Сучасна бібліотека діє в умовах ринкової конкуренції, з боку інших бібліотек, і з боку організацій, що займаються збором і зберіганням різноманітної інформації (архіви і статистичні організації). За такої умови кошти некомерційного маркетингу, дають змогу найбільш ефективно визначити реальні та потенційні потреби населення, підвищуючи конкурентоспроможність бібліотек.

Отже, маркетингова орієнтація «на споживача» дасть змогу підвищити привабливість пропозиції, а інтерес із боку різних соціальних груп – «конвертувати» соціальну затребуваність у фінансові ресурси, отримані від інших економічних суб'єктів. Чим вища популярність бібліотеки, соціальна значущість її місії, громадська привабливість, тим більше можливостей залучати грошові ресурси із зовнішніх джерел.

Список використаних джерел:

1. Башун О. В. Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек: монографія / наук. ред. В. С. Білецький. Донецьк: УКЦентр, 1999. 204 с.
2. Штукарєва С. В. Маркетинг і фандрейзинг в системі управління бібліотекою. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1114../Doc47.HTML>
3. Сучасні інструменти бібліотечної реклами і маркетингу. URL: https://gurt.org.ua/uploads/news/2012/12/27/skarbnycia_11.pdf



Твердохліб Анастасія Олександрівна
(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

В управлінні організаційними комунікаціями (взаємодією співробітників усередині організації і в зовнішньому середовищі) намітилася тенденція до використання стратегічного підходу. Через те, що термін «комунікаційна стратегія» використовується надзвичайно часто, а різноманітність досвіду її розробки є величезною, виникає завдання систематизації визначень комунікаційної стратегії і підходів до її розробки.

Відповідно до підходу, викладеного в роботі Г. Мінцберга, Б. Альстренда, Дж. Лемпела [1], термін «стратегія» застосовується досить широко (план, принцип поведінки, позиція, перспектива, прийом) та поширюється не тільки на рівень організації, але і на рівень комунікативного акту, що відповідає сучасній практиці комунікативної взаємодії [1].

Дослідження трактувань терміна «комунікаційна стратегія» дає змогу виділити два основні варіанти його використання:

- 1) вибрані для досягнення мети принципи і типи комунікації;
- 2) довгостроковий комунікативний план, інтегрований із загальною стратегією фірми.

Довгострокове планування організаційних комунікацій тісно пов'язане з принципами і типами комунікації, проте цей зв'язок неоднозначний. З одного боку, базові принципи і бажані керівництвом організації типи комунікації зумовлюють орієнтири комунікаційної стратегії, а в деяких випадках можуть призводити навіть до зміни політики реалізації функціональних стратегій [2]; з іншого – оскільки комунікаційна стратегія є частиною розробленого стратегічного плану організації, принципи комунікації, слідуючи новим цілям, можуть зазнавати кардинальних змін при зміні генеральної стратегії.

Комунікаційна стратегія може бути представлена у вигляді довгострокового плану, що включає опис довгострокових принципів комунікації. Такий підхід застосовується в практиці міжнародних організацій. Однак здебільшого комунікаційна стратегія формується лише в вигляді базових довгострокових типів і принципів комунікації, які, в свою чергу, обмежують варіативність конкретного комунікативного акту.

Як зазначає Я. Я. Ясиневич [3], комунікація є не лише одним із напрямів роботи організації, а її важливим продуктом. У групах, які ставлять собі на меті впровадження змін та суспільне просвітництво, належна комунікація виходить на перший план. Її успіхи та провали стають мірилом ефективності докладених зусиль.

Як зазначає Д. Л. Коник [4], є очевидним, що комунікаційна діяльність має бути організованою, планованою й націленою на підтримку довгострокових стратегічних цілей відповідного державного органу. Важливо усвідомлювати, що комунікація заради комунікації не має сенсу і що всі методи й засоби комунікації, які використовує організація (спеціальні заходи, прес-релізи, інформаційні матеріали тощо), є лише засобами досягнення загальної стратегічної мети.

Науковці виділяють три складові комунікаційної стратегії [5]:

- 1) *ринкова стратегія* (заснована на ретельному аналізі знань про потенційних споживачів, конкурентів, продукти; ці знання є основною для розробки концепцій позиціонування).
- 2) *креативна стратегія* (стратегічне формування образу та елементів бренду, передбачає створення ключової креативної ідеї, яка буде для цільової аудиторії асоціюватися з організацією);
- 3) *медійна стратегія* (передбачає вибір носіїв для рекламно-інформаційних повідомлень, які будуть доносити інформацію до потенційного споживача).

Бетекке ван Рулер [6] ідентифікував варіанти застосування комунікаційних стратегій:

- стратегія інформування використовується при формуванні прес-релізів;
- стратегія переконання є пріоритетною для реклами і пропаганди;
- стратегія діалогу – для взаємодії з пріоритетними зацікавленими особами;

- стратегія формування згоди – для взаємодії з навколишнім середовищем і зі співробітниками в разі наявності конфлікту інтересів.

Т. М. Орлова [7, с. 73–74] розширила сферу застосування комунікаційної стратегії від практики PR до комунікаційного менеджменту, що розуміється як:

- самостійний вид менеджменту, який здійснює пізнання і використання закономірностей обміну інформацією, знаннями й інтелектуальною власністю під час формування і розвитку економічних систем;

- взаємозв'язок і взаємодія в часі і просторі елементів, що формують і ефективно використовують усі види капіталу економічних систем;

- система управління, яка за допомогою інтегрованої комунікації з цільовими аудиторіями сприяє досягненню максимальної ефективності розвитку організації в умовах мінливого зовнішнього середовища;

- професійна діяльність виробника, посередника і споживача щодо реалізації комунікаційної стратегії, сформованої відповідно до мотивів, установок, інтересів, відносин і цілей кожної зацікавленої сторони.

У закордонній науковій літературі питання комунікаційної стратегії та подолання проблем комунікації розглядаються більшістю авторів відповідно до західного типу організації і розраховані на культуру західних менеджерів і співробітників.

Виділяються дві групи комунікаційних проблем в організації:

- 1) проблеми структурних комунікацій, пов'язані з бар'єрами, що виникають під час передачі інформації;

- 2) проблеми міжособистісних комунікацій, пов'язані з поведінковими аспектами діяльності організації [7].

Отже, вся діяльність у сфері комунікаційної діяльності складається з різних, пов'язаних між собою елементів, серед яких аналіз, дослідження і постановка задач, розробка змістовної концепції комунікаційної програми та бюджету, практичне здійснення програми, аналіз отриманих результатів, їх оцінка. Узагальнення результатів теоретичних і прикладних досліджень привели до становлення системи РЕЙС (*RASE: Research – Action – Communication – Evaluation*), яка стала базовою концепцією сучасних комунікацій.

У міжнародній практиці особливе місце в комунікаційній діяльності займає облік етичних і моральних аспектів. Для фахівців діє кодекс професійної поведінки. Проголошуються такі етичні норми: мета – досягнення згоди; комунікаційна стратегія прагне до досягнення чесного діалогу; методи комунікаційної стратегії мають на увазі повну відкритість; комунікація прагне до розуміння.

Список використаних джерел:

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000. 336 с.
2. Лэйхифф Дж. М., Пенроуз Дж. М. Бизнес-коммуникации. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
3. Ясиневич Я. Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни: практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 104 с.
4. Коник Д. Л. Роль стратегічної комунікації в забезпеченні підтримки населенням реформ уряду. URL: <https://goo.gl/pdmTaw>
5. Асташина О. В. Коммуникативные стратегии в организации. Вестник науки и образования Северо-Запада России – публикация по материалам заочной Международной научно-практической конференции «Инновации в науке и образовании». Т. 1. № 4. 2015. С. 151–156.
6. Ruler B. van. The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies. *Public Relations Review*. 2004. № 30. P. 123–143.
7. Орлова Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М.: Изд-во РАГС, 2002. 265 с.



Трофимчук Галина Вікторівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ У ГРОМАДСЬКИХ ВЕТЕРАНСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

В Україні після Революції Гідності та початку війни на сході з'явилися численні громадські організації, які пов'язані з АТО / ООС. Їх діяльність керується Законом України «Про громадські об'єднання». Роль цих громадських організацій важко переоцінити, тому що вони об'єднують активних громадян, волонтерів та ветеранів війни. Відповідно до Закону України «Про громадські об'єднання» є дві форми існування громадських об'єднань: це *громадська організація* – громадське об'єднання, засновниками та членами (учасниками) якого є фізичні особи, та *громадська спілка* – громадське об'єднання, засновниками якого є юридичні особи приватного права, а членами (учасниками) можуть бути юридичні особи приватного права та фізичні особи (ст. 1 цього Закону) [1, с. 1]. Одним із головних і невід'ємних компонентів роботи громадської організації є інформаційна діяльність, яка у Законі України «Про інформацію» в ст. 12 визначена як сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави [2, с. 2].

Термін *інформаційна діяльність* розуміють як процеси і процедури, які здійснюються при збиранні, обробці, збереженні, пошуку і поширенні інформації, а також при формуванні інформаційного ресурсу й організації доступу до нього. Інформаційна діяльність призначена: сприяти забезпеченню прав громадян і організацій на безперешкодний доступ на отримання інформації; мати можливість не тільки споживати, але й виробляти та поширювати інформацію; давати можливість громадянам брати участь у процесах прийняття ухвалення важливих політичних, соціальних і економічних рішень, а також контролювати діяльність владних структур будь-якого рівня [3, с. 103–104]. Отже, громадяни мають дієвий інструмент впливу через громадські організації. Саме це і було однією з вимог Революції Гідності.

Стихийний волонтерський рух як один із наслідків Революції призвів до активного створення громадських організацій, зокрема ветеранських. Утворені після подій 2013–2014 років, вони не мають ще великого практичного досвіду в системній інформаційній роботі. Наскільки плідною є така робота, визначають передусім інформаційні системи та інформаційні потоки самих організацій. Направленість цих потоків має бути не тільки з органами влади, але й із клієнтами, ЗМІ, бізнес-структурами, а також іншими громадськими організаціями та спілками на різних рівнях.

Форми прояву інформаційних потоків можна звести до чотирьох видів: паперовий документ; електронний документ; візуальний документ (фотографії, кіноплівка, телебачення та ін.); вербальні (усні) повідомлення (розмова, радіо, телефон) [4, с. 15–16]. Інформаційні потоки також характеризуються джерелом виникнення, об'ємними і якісними показниками, швидкістю передачі, ритмічністю, векторною спрямованістю тощо. Стосовно організаційної системи їх поділяють на зовнішні інформаційні потоки (це комунікація з органами влади, ЗМІ, цільовою аудиторією та іншими громадськими об'єднаннями) та внутрішні (комунікація всередині організації). Безперервність цих потоків свідчить про ефективну роботу громадських організацій. На нашу думку, на кожному напрямі та етапі можуть виникати проблеми з комунікацією та різні інформаційні бар'єри. Передачу інформації в одному напрямі можна уявити так: спочатку джерело інформації, потім передавач, канал зв'язку, приймач, і зрештою – споживач інформації. Як бачимо, процес передачі інформації навіть в одному напрямі проходить через безліч посередників, а це значить, що під час передачі інформації відбувається її затримка й певне спотворення [4, с. 16].

Наприклад, якщо комунікація з владними органами є усталеною та містить традиційні форми звернень та запитів, то комунікація зі ЗМІ може бути утрудненою, якщо громадська

організація не має досвіду і розуміння, як співпрацювати з медіа та будувати свою інформаційну кампанію, як транслювати свої повідомлення, щоб вони не спотворювались на етапі поширення інформації. Багато громадських ветеранських організацій, утворених після 2014 року, або не мають досвіду, або не розуміють важливості співпраці зі ЗМІ, адже їх фокус уваги сконцентрований на горизонтальних зв'язках, наприклад, через мережу Інтернет. Соціальні мережі дають змогу учасникам створювати неформальні зв'язки, утворювати широку мережу контактів та груп для захисту своїх прав. Звернення до своїх цільових аудиторій також відбувається в соціальних мережах. З одного боку, це є перевагою, тому що дає можливість швидко реагувати на проблеми, а з іншого – є недоліком, тому що має неформальний характер. Інформація може спотворюватись на шляху від одного користувача до іншого (так званий ефект «зіпсованого телефону»). Недержавні громадські організації інформують про свою діяльність або проблеми питання органи державної влади, органи місцевого самоврядування, громадськість, інші недержавні громадські організації тощо шляхом видання брошур, проблемних інформаційних довідників, матеріалів науково-практичних конференцій через засоби масової інформації недержавних громадських організацій та ін. [5, с. 161–162].

Внутрішнє спілкування в самій організації так само важливе, як і зовнішнє. Внутрішні інформаційні потоки – це шляхи передачі інформації, що забезпечують існування організації, усередині якої вони рухаються. Інакше кажучи, це процеси передачі інформації для забезпечення взаємозв'язку всіх ланок громадської організації. Внутрішні інформаційні потоки бувають горизонтальними й вертикальними: горизонтальні (між рівними за службовим становищем й статусом працівниками або групами працівників, наприклад, між керівниками відділів, відділу зв'язків із громадськістю, між волонтерами); вертикальні (між працівниками або групами працівників, що перебувають на різних рівнях ієрархії, наприклад, між керівником відділу й підлеглим). Зі свого боку, вертикальні інформаційні потоки поділяються на спадні (від керівництва до рядових працівників за ієрархією) і висхідні (від рядових працівників до керівництва). Кожен вид інформаційних потоків має свої психологічні особливості. Горизонтальні інформаційні потоки найчастіше мають неформальний характер. Горизонтальні інформаційні потоки є найефективнішими з комунікативного погляду. У них зберігається приблизно 90 % відомостей, і втрата інформації при передачі таким шляхом мінімальна. Обумовлено це тим, що людям, які перебувають на одному рівні службової ієрархії, психологічно легше зрозуміти один одного, адже вони розв'язують однотипні завдання й зіштовхуються з подібними проблемами. Висхідні інформаційні потоки рідко бувають неформальними. Якщо в організації не налагоджений приплив ідей знизу, можливості для її інноваційного розвитку значно обмежені. І навпаки, добре налагоджений процес надходження ідей від підлеглих значною мірою підвищує ефективність роботи недержавних громадських організацій [4, с. 18–19]. Ця робота потребує підтримки комунікаційних каналів внутрішнього зв'язку всередині самої громадської організації для чіткішого формулювання свого бачення та виходу на продуктивний діалог з органами державної влади, громадськістю та ЗМІ. Центральна організація чи головний офіс громадської організації має добре інформувати своїх працівників та членів організації про нові політики та зміни в діяльності. Працівники громадських організацій повинні бути вмотивованими та поділяти ділові принципи й етичні ідеї громадської організації, щоб запобігти можливим відхиленням від намічених цілей виконуваної роботи. Зазвичай, члени ветеранських організацій мають високу мотивацію та міцні зв'язки всередині самої організації.

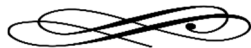
Список використаних джерел:

1. Закон України «Про громадські об'єднання» № 4572-VI від 22 березня 2012 року (зі змін. та допов.). *Вісник Верховної Ради України*. 2013. № 1, ст. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>. Дата звернення: (12.03.2019).
2. Закон України «Про інформацію» № 2657-XII від 2 жовтня 1992 року (зі змін. та допов.). *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 48. ст. 650. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/main/2657-12. Дата звернення: (12.03.2019).

3. Економіка від А до Я: понятійно-тлумачний словник. / ред. кол.: О. В. Куроченко, М. А. Копнов, В. П. Сладкевич та ін. К: ДП «Видавничий дім «Персонал». 2008. 368 с.

4. Інформаційний компонент діяльності НДО / укл.: Л. К. Абрамов, Т. В. Азарова. Кіровоград: ІСКМ, 2009. 80 с.

5. Цьвок М. С. Про інформаційну діяльність недержавних громадських організацій в Україні. *Митна справа*. 2015. № 1 (97). Ч. 2, кн. 2. С.12–19.



Тур Анастасія Анатоліївна

(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Тур О. М.)

Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ

Розподіл документів на групи відповідно до сфери їх використання зумовив появу в документознавстві терміна «система документації», що згідно з ДСТУ 2732:2004 «Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять» позначає сукупність документів, взаємопов'язаних за ознаками призначення, сфери діяльності та взаємопов'язаних службових документів, застосовуваних у певній сфері діяльності чи галузі [1].

Медичні документи – система документів установленої форми, призначених для реєстрації даних лікувальних, діагностичних, профілактичних, санітарно-гігієнічних та інших заходів, а також для їх узагальнення та аналізу [2, с. 9].

У науковій літературі медичний документ розглядається в різних аспектах: правознавства [3]; стандартизації та автоматизації обробки об'єкта [4]; лінгвістики [5]; документознавства та архівознавства [6]; перекладознавства [7].

З погляду документознавства, медичні документи – спеціальні форми документів, що створюються медичним персоналом, у яких регламентуються дії, пов'язані з наданням медичних послуг. Форми медичних документів зазвичай затверджуються відповідними нормативними правовими актами.

Одним із дискусійних питань документознавства є типологія документних об'єктів [8].

Класифікаційні ознаки є досить різноманітними. Так, існують класифікації щодо інформаційної (за змістом, рівнем узагальнення і характером знакових засобів фіксації, а також каналом для сприйняття інформації, ступенем поширеності, способом документування), матеріальної (за матеріалом, конструкцією і формою носія інформації) складової частини документа, залежно від обставин побутування їх у зовнішньому середовищі (регулярності виходу в світ, часу появи, місця походження). Крім цього, існує типологічна класифікація (віднесення до певного типу за сукупністю ознак). Класифікації виконують теоретичну і практичну функції, надаючи можливість теоретичного вивчення документа і практичного вдосконалення його функціонування в системі.

У сучасному документознавстві розмежовують документи за способом документування; походженням; відношенням до апарату управління; обмеженням доступу; ступенем достовірності; термінами зберігання; залежно від сфери діяльності, способу передачі документів; за рівнем узагальнення і відношення до оригінальної інформації тощо [9].

Можлива класифікація медичних документів за такими групами:

1. За ступенем складності

За структурою медичний документ може бути простим (монодокумент) або складеним / складним (полідокумент) [10]. Простий медичний документ розуміють як окреме завершене

повідомлення (твір), цілісність якого виражається загальним змістом (сенсом) і логікою викладу, зафіксоване на одній одиниці матеріального носія. Простими можна вважати такі медичні документи: лікарняний лист, рецепт, медичну довідку та ін. Складний документ складається з двох або більше документів (наприклад, історія хвороби).

2. За видом матеріального носія

Медичні документи можуть відрізнятися за змістом, рівнем і характером узагальнення, дуже рідко – за каналом сприйняття інформації (у деяких лікувальних установах лікар під час обходу веде запис на диктофон, із якого потім переносить інформацію на паперовий або, можливо, електронний носій). Історія хвороби на паперовому носії – документ, на основі якого можна визначати причини хвороби і її розвитку, перебіг захворювання, необхідність діагностичних і лікувально-профілактичних заходів, зокрема й експертизу непрацездатності та професійної придатності).

Електронна історія хвороби – інформаційна система, призначена для ведення, зберігання на електронних носіях, пошуку і видачі за інформаційними запитами (і електронними каналами зв'язку) персональних медичних записів.

3. За характером вихідної інформації медичні документи можна розділити на первинні і вторинні.

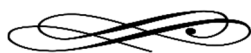
Первинні медичні документи: медична карта амбулаторного хворого, історія розвитку дитини, медична карта хворого на туберкульоз, екстрене повідомлення про інфекційне захворювання, харчове, гостре професійне отруєння, незвичайну реакцію на щеплення тощо.

Вторинні медичні документи функціонують не тільки в системі охорони здоров'я, а використовуються також органами та установами інших відомств (наприклад, лікарське свідоцтво про смерть, медичне свідоцтво про народження, листок непрацездатності).

Дослідження особливостей медичної документації, особливо на сучасному етапі медичної реформи, що проводиться в Україні, є перспективним напрямом дослідницької діяльності медиків, документознавців, філологів, юристів та спеціалістів інших галузей знань.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2732:2004 «Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять». Київ: Держспоживстандарт України, 2005. 32 с.
2. Пашинян А. Г., Дворников А. С., Арутюнян Г. Б., Джаваева Д. Г., Шарфетдинова Ф. У. Медицинская документация – основной юридический документ в гражданском судопроизводстве. *Вестник дерматологии и венерологии*. 2011. № 1. С. 8–10.
3. Савкова В. М., Савков Д. С. Медицинская документация и правовые последствия ненадлежащего ее ведения. *Здравоохранение Дальнего Востока*. 2014. № 2 (60). С. 11–15.
4. Пилипенко П. И. Документы, необходимые для получения разрешения на применение новой медицинской технологии. *Проблемы стандартизации в здравоохранении*. 2008. № 8. С. 74–76.
5. Бутакова Л. О. Восприятие современного русскоязычного документа медицинского дискурса. *Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности*. 2013. Т. 8. № 1. С. 30–45.
6. Храмовская Н. А. Американский опыт использования электронных медицинских документов. *Врач и информационные технологии*. 2013. № 4. С. 56–66.
7. Сухарева Е. Е., Черникова Н. С. Проблемы перевода медицинского дискурса в контексте социального перевода. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2014. № 4. С. 115–120.
8. Плешкевич Е. А. О понятии «документ» в документоведении и других науках. *Научно-техническая информация*. Сер. 1. 2004. № 4. С. 10–15.
9. Ларьков Н. С. Документоведение: учеб. пособие. Часть 1. Москва: АСТ, 2006. 72 с.
10. Швецова-Водка Г. Н. Общая теория документа и книги: учебное пособие. Москва: Рыбари; Київ: Знання, 2009. 487 с.



Хавтирко Анастасія Олегівна
(*наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Ковальська Л. А.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

СПЕЦИФІКА ЗБЕРІГАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах становлення інформаційного суспільства інформація стала повноцінним ресурсом управління і важливим елементом соціального і політичного життя. Доступ до інформаційних ресурсів, перехід на електронні технології документування, зберігання та передавання документів, тобто перехід на абсолютно нові способи організації інформації та доступу до неї ставить перед суспільством принципово нові завдання. Питання організації електронного документообігу, юридичної обґрунтованості електронних документів, а також захисту електронних документів ставали предметом дослідження науковців у галузі інформаційного забезпечення.

Відносини, які виникають у процесі роботи з електронними документами, підпорядковуються нормам Закону України від 22.05.2003 року № 851-IV «Про електронні документи та електронний документообіг». Стаття 8 зазначеного Закону наголошує: «Юридична сила електронного документа не може бути заперечена виключно через те, що він має електронну форму. Допустимість електронного документа як доказу не може заперечуватися виключно на підставі того, що він має електронну форму» [1].

Існує визначення поняття «електронний документ» – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включно з обов'язковими реквізитами документа. Згідно з ДСТУ 2732:2004 «Діловодство та архівна справа. Терміни та визначення понять» електронний документ – це документ, який створюють і використовують тільки в межах комп'ютерної системи. Електронний документообіг (обіг електронних документів) – це сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, отримання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту отримання таких документів. Оригіналом електронного документа вважається електронний примірник документа з обов'язковими реквізитами, у тому числі з електронним підписом автора або підписом, прирівняним до власноручного підпису відповідно до Закону України «Про електронний цифровий підпис» [2].

Статус електронного документа визначається його реквізитами, що набирає певних значень: версія – примірник електронного документа та стадії створення, який відрізняється від інших його примірників порціями вмісту; оригінал – примірник електронного документа, яким першим набуває чинності, що зазначається в процесі реєстрації відповідним значенням спеціального реквізиту; дублікат – примірник електронного документа, який має юридичну силу оригіналу; копія – примірник електронного документа, який точно відтворює вміст його оригіналу, а також усі його реквізити або їх частину; витяг – копія електронного документа, яка відтворює частину всіх його структур і частину порцій вмісту [3, с. 7].

Основними цілями і завданнями запровадження електронного документообігу підприємства чи організації є: підвищення ефективності управлінської діяльності; прискорення руху документів між головними та підпорядкованими підрозділами в організації; зменшення трудомісткості опрацювання документів та витрати часу на опрацювання цих документів, що дає змогу підвищити оперативність та ефективність управлінської діяльності всіх підрозділів.

Найефективнішими напрямками використання електронних технологій підприємства чи організації можна визначити такі: підготовка документів з використанням електронних технологій – здійснюється за правилами і з використанням форм і бланків уніфікованих документів, на виході тексти переводяться на папір і набувають відповідно до чинних правил форми документів; електронна передача інформації використовується для прискорення її доставки споживачам з подальшим виведенням документів на папір; електронна реєстрація надходження документів у систему передбачає включення у єдину інформаційну систему всіх документів, які створюються в організації або надходять до неї у будь-якій формі на основі єдиних правил реєстрації [4, с. 77].

Електронний документ, який практично використовується в діловодстві з незакінченим терміном дії, має зберігатися в робочому каталозі автоматизованого робочого місця працівника або

на сервері, відповідно до процедури зберігання електронних документів та обов'язкових реквізитів, включно з усіма електронними цифровими даними. Електронний документ, юридична сила якого втрачена за фактом анулювання сертифіката електронного цифрового підпису, зазначеного в документі, має бути переданим в електронний архів для тимчасового зберігання [5].

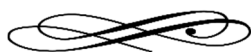
Водночас термін зберігання електронних документів на електронних носіях інформації має бути не меншим за термін, установлений законодавством для відповідних паперових документів. Зберігання електронного документа має супроводжуватися створенням певних електронних журналів обліку з метою забезпечення швидкого пошуку необхідного електронного документа та виймання його з архіву для використання. Електронні документи мають зберігатися на електронних носіях інформації у формі, що дає змогу перевірити їх цілісність на цих носіях.

Як і будь-яка інформація, електронні документи мають бути захищеними від стороннього впливу на їх змістову частину. Захист електронних документів організовується за допомогою програмних та апаратних засобів. За допомогою програмних засобів можна застосовувати розмежування прав доступу з використанням індивідуальних паролів входу до програми. Також при формуванні документа його автор може встановити пароль на редагування цього документа. Внаслідок цього користувачі документа можуть тільки ознайомитися з ним без права внесення будь-яких змін. Апаратними засобами захисту даних є використання спеціальних ключів, які є пристроями різноманітної форми, чи звичайні предмети, в які вмонтовано карту пам'яті доступу до комп'ютера чи програми.

При зберіганні електронних документів є обов'язковим дотримання переліку вимог: інформація, яка міститься в електронних документах, має бути доступною для її подальшого використання; має бути забезпечена можливість відновлення електронного документа у форматі, в якому він був створений, відправлений або отриманий; за наявності має зберігатися інформація, яка дає змогу встановити походження та призначення електронного документа, а також дату і час його відправлення чи отримання.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 6.10.1998 р.: Офіц. текст прийнятий Верховною Радою України 6 жовтня 1998 р. зі зм. та доп. станом на 1 вересня 2003 р. К.: Ін Юре, 2003. 10 с.
2. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 р.: Офіц. текст прийнятий Верховною Радою України 22 травня 2003 р. К.: Ін Юре, 2003. 14 с.
3. Асеев Г. Г. Электронный документооборот. К.: Кондор, 2007. 500 с.
4. Беспяньска Г. В. Діловодство: навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Вид-во ун-ту «Україна», 2007. 469 с.
5. Боркус В. Системы документооборота: что стоит за терминологией? URL: <http://www.intertrust.ru/analytics/articles/135>.



Хачатурян Інга Володимирівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

КРАЄЗНАВЧА РОБОТА ВІДДІЛУ КРАЄЗНАВСТВА ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ІМ. К. А. ТІМІРЯЗЄВА

Краєзнавча робота – один із основних та пріоритетних напрямів діяльності бібліотек, покликаний до відображення національної духовної культури, відновлення історичної пам'яті, і ставить за мету зібрати, зберегти та надати користувачам документальні джерела та інформацію з історії та сучасного життя краю.

Відповідно, зміст краєзнавчої роботи бібліотеки ВОУНБ ім. К. А. Тімірязєва спрямований на формування змістовного краєзнавчого фонду, створення довідкового апарату, проведення пошуково-дослідницької роботи, широку популяризацію краєзнавчих видань та історії малої батьківщини.

Відділ краєзнавства Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва створений у 1981 р. У краєзнавчому фонді зібрано більше 5 тис. краєзнавчих документів, які найактивніше використовуються користувачами.

Масова робота – важливий напрям краєзнавчої роботи, спрямований на підвищення культури населення, виховання патріотичних почуттів, примноження любові до рідного краю, його історії, звичаїв тощо.

Краєзнавча діяльність в останнє десятиліття найбільше трансформувалася у створенні краєзнавчого довідково-бібліографічного апарату. На зміну традиційному картковому каталогу, тематичним картотекам прийшли власні інформаційні продукти – насамперед електронний каталог, електронні бази даних (ЕБД) краєзнавчого характеру.

ЕБД «Література про Вінницьку область», яку наповнюють працівники відділу краєзнавства та бібліографи-краєзнавці районних бібліотек. Наразі вона містить понад 82,7 тис. аналітичних бібліографічних описів газетних і журнальних статей, опублікованих у місцевій і центральній пресі, та матеріалів з наукових збірників. БД щорічно зростає більш як на 7 тис. записів. Для забезпечення ефективного пошуку база даних містить бібліографічні та лексикографічні словники. Існує окремо систематично поповнюється новими записами.

ЕБД «В. Стус» висвітлює життя і творчість Василя Стуса, вміщує понад 1470 записів. База даних створювалася під час підготовки фундаментального науково-допоміжного покажчика із серії «Наші видатні земляки», присвяченого 70-річчю від дня народження письменника-земляка, Героя України В. С. Стуса «Постать Василя Стуса над плином часу». До слова, цей посібник рекомендований обласною експертною радою до друку і виданий за кошти обласної державної адміністрації накладом 1 000 примірників.

ЕБД «Бібліотека» відображає публікації про ВОУНБ ім. К. А. Тімірязєва та видання ВОУНБ ім. К. А. Тімірязєва, вміщує понад 2 000 тис. записів.

ЕБД «Календар знаменних дат» відображає перелік визначних дат, події, ювілеї відомих особистостей. У межах одного запису до короткого змісту події додаються основні віхи життя особистості та джерела інформації, вміщує понад 1380 записів.

ЕБД «Козацтво на Вінниччині» відображає інформацію про козацтво на Вінниччині, вміщує понад 300 записів.

ЕБД «Голодомор» відображає бібліографічні записи про голодомор на Вінниччині, вміщує понад 1000 записів.

ЕБД «Лядівський монастир» висвітлює історію та сьогодення Лядівського монастиря Могилів-Подільського району, вміщує понад 230 записів.

ЕБД «Коцюбинський та Вінниччина» висвітлює життя і творчість Михайла Коцюбинського, вміщує понад 350 записів.

ЕБД «Шевченко і Вінниччина» висвітлює життя і творчість Тараса Григоровича Шевченка, вміщує понад 650 записів.

ЕБД «Вінниччина в роки Великої Вітчизняної Війни» висвітлює події Вінниччини в роки Великої Вітчизняної Війни, вміщує понад 650 записів.

ЕБД «Вінниччани – учасники Революції Гідності та АТО» – це актуальна тема сьогодення – війна на сході України. Краєзнавчим сектором відстежується та систематизується інформація, що стосується Антитерористичної операції, та її учасників-земляків. Інформація з цієї теми продовжує накопичуватися в окремих електронних базах, наповнюються відповідні розділи краєзнавчого каталогу.

ЕБД «Персоналії» відображає біографічні та бібліографічні записи про життя та діяльність видатних уродженців краю та людей, які життям та діяльністю пов'язані з Вінниччиною. У межах запису вміщенні основні віхи життя особистості та перелік додаткових джерел інформації; вміщує понад 80 записів.

Досвід показує, що успіх краєзнавчої роботи бібліотек залежить не лише від добре укомплектованого краєзнавчого фонду, а й від добре організованого довідково-бібліографічного апарату, на основі якого будується вся робота з задоволення запитів користувачів, виконання довідок краєзнавчого характеру, інформаційного забезпечення тем, пов'язаних з історико-культурними, природничо-науковими, промислово-економічними аспектами життя краю.

За більш, ніж столітню історію Вінницької обласної наукової бібліотеки ім. К. А. Тімірязєва, підготовка і видання краєзнавчих бібліографічних посібників є одним із провідних напрямів її краєзнавчої діяльності. За цей період у бібліотеці склалася певна їх система, зокрема видання науково-допоміжних і рекомендаційних біобібліографічних і персональних посібників. Водночас постійно удосконалюється їх структура. Із упровадженням нових інформаційних технологій останнім часом біобібліографічні покажчики доповнюються персональними краєзнавчими електронними базами даних.

З 1957 р. виходить щорічний бібліографічний покажчик «Література про Вінницьку область за ... рік» (до 2000 року включно, після 2001 р. створена ЕБД «Література про Вінницьку область»), календар «Знаменні і пам'ятні дати ... року» – з 1962 року. З початку 80-х рр. традиційним стало видання покажчиків, буклетів серії «Наші видатні земляки».

Традиційними стали міжнародні краєзнавчі науково-практичні конференції, які проводить бібліотека кожні два роки: Всеукраїнська науково-практична конференція «Історичні витоки козацького роду в Україні» (2004); Всеукраїнська науково-практична конференція «Бібліотека в контексті світової культури, науки, інформації» (2006); «Краєзнавство в системі розвитку духовності і культури регіону» (21–23 жовт. 2008); II Міжнародна науково-практична конференція «Краєзнавство: історичний досвід та перспективи розвитку» (13–15 жовт. 2010); III Міжнародна науково-практична конференція «Роль краєзнавства в соціально-економічному і культурному розвитку регіону» (10–12 жовт. 2012). Уперше започатковано конференції з усної історії: IV Міжнародна науково-практична конференція «Усна історія як важлива складова краєзнавчої діяльності» (21–22 жовт. 2014 р.); V Міжнародна науково-практична конференція «Усноісторичні дослідження: сучасні тенденції, напрямки та перспективи» (25–27 жовт. 2016 р.); VI Міжнародна науково-практична конференція «Усна історія: теорія, метод, джерело» (24–26 жовтня 2018 р.).

У 2016 р. розпочав свою роботу клуб «Любителки оповідань Вінниці» (ЛОВ). Учасниці клубу – письменниці, відомі в регіоні, і в Україні своїми художніми книгами, науковими розвідками, журналістськими нарисами. Дехто з них пише і поетичні твори. Клуб покликаний популяризувати саме коротку прозу.

Метою роботи клубу, що виник на батьківщині Михайла Коцюбинського, майстра новели, є продовження справи свого геніального попередника. Не лише написання власних творів, а й пошук нових імен, цікавих авторів – ось головне завдання членів «ЛОВу».

Як і кожен клуб, «ЛОВ», попри письменницьку, займатиметься громадською діяльністю, адже література, зрештою, здатна виконувати не тільки культурну функцію, а й мати вищу мету: формувати у читачів літературний смак, любов до читання. І твори, які писатимуть і пропагуватимуть учасниці клубу, – це насамперед зброя для боротьби за культуру та освіченість кожного свідомого українця.

Розповсюдженню краєзнавчої інформації сприяє тісна співпраця бібліотеки й відділу з різними установами та організаціями міста, а саме: Державний архів Вінницької області, Вінницька організація Національної спілки письменників України (НСПУ), обласна організація «Поділля», обласна організація Всеукраїнської спілки краєзнавців України музеї, обласна телерадіокомпанія, заклади вищої освіти міста та ін.

Вартий уваги започаткований у 2009 р. бібліотекою спільно з обласною організацією Національної спілки письменників України, на основі двостороннього договору про творчу співпрацю новий проект – Фонд особового походження. Розроблено відповідне Положення, опрацьовано та описано окремі документи з історії діяльності обласної письменницької організації, членів НСПУ Михайла Каменюка, Юрія Боярунця, Івана Волошенюка. Робота над упорядкуванням Фонду дала

можливість виявити неопубліковані матеріали, які розширяють інформацію про діяльність письменників-земляків. У 2014 р. також спільно з обласною організацією Національної спілки письменників України створено електронну бібліотеку «Літературна Вінниччина» (на сайті бібліотеки), яка спрямована на популяризацію літературних творів письменників Вінниччини; забезпечення рівної можливості безкоштовного доступу користувачів до творів вінницьких письменників за допомогою інтернет-мережі; створення електронних копій друкованих документів для збереження культурної спадщини Вінниччини, що знаходиться у фонді бібліотеки та у членів Вінницької обласної організації НСПУ й запобігання фізичного зносу документів.

Обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва представляє свої краєзнавчі продукти на веб-порталі (<http://irp.vn.ua>) та веб-сайті (<http://library.vn.ua>). Вінницький інформаційний портал поповнюється фахівцями обласної книгозбірні та бібліографами-краєзнавцями районних бібліотек. Інформація на порталі структурована за розділами, які акумулюють і розкривають різноманітні ресурси: новини, статті, фотографії, вебліографія, тематичні розділи. Корпоративність у наповненні веб-порталу сприяє створенню єдиного унікального культурно-інформаційного простору області, забезпечує доступність та оперативність використання краєзнавчих інформаційних продуктів. Повні тексти краєзнавчих документів подано у рубриках «Твори письменників Вінниччини» та «З фондів рідкісних і цінних видань», «Літературна Вінниччина», «Історико-краєзнавчі дослідження», які складають основу краєзнавчої електронної колекції документів. З 2010 року на веб-сайті функціонує блог відділу краєзнавства (<http://krauvinnitsa.blogspot.com>), який наповнюється цікавою краєзнавчою інформацією. Відділ краєзнавства Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва завжди в пошуку нових ефективних форм роботи та нових підходів до їх виконання.

Список використаних джерел:

1. Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва: веб-сайт. Вінниця, 2019. URL: <http://old.library.vn.ua> (дата звернення: 05.03.2019).



Черняк Дар'я Олександрівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

КОВОРКІНГ ЯК МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ

Слово «коворкінг» походить від англійського слова «*co working*» та дослівно означає «спільна праця». Воно з'явилося відносно недавно та вживається в компаніях, де має значення офісна складова частина – насамперед творча сфера. До простору коворкінгу можуть входити робочі приміщення, кімнати для ігор, кафе, заняття спортом, дитячий садок, парковка.

Модель коворкінгу найкраще підходить для людей, які займаються творчою діяльністю. Суб'єкт господарювання, який зацікавлений в отриманні певного результату від виконавця, не зважає на його робочий час.

Існує кілька моделей коворкінгу: 1) для мікро- та малого бізнесу; 2) для середнього та великого бізнесу.

Мікро-бізнес, за законодавством України, може здійснюватися у формі фізичної особи-підприємця та юридичної особи. Кількість найманих працівників – до 10 осіб, річний дохід – менше 2 млн євро. Малий бізнес може залучати до 50 працівників та мати дохід до 10 млн євро. Середній бізнес – це вже компанії, де працюють до 250 осіб. Його прибуток за рік може складати від 10–50 млн євро. Великий бізнес здійснюється у формі юридичної особи. Дохід за рік більше 50 млн євро.

Організація коворкінгу надає чимало переваг усім сторонам. Для суб'єктів господарювання головна з них – зменшення податкового тиску на бізнес. Замовник послуг чи робіт під-

писує з підрядниками договори ЦПХ чи господарські договори. Він отримує бажаний результат, підтверджений актами наданих послуг чи виконаних робіт, та проводить оплату. Замовник не несе серйозної відповідальності за виконавців, як це було б, якби працівники виконували роботу за класичною моделлю трудового договору. Він не бере участі в оплаті обов'язкових податків та зборів, ФОП-виконавець займається цим самостійно.

Виконавці-підрядники також отримують чимало переваг від діяльності за моделлю коворкінгу:

1. Оренда робочого місця на потрібний строк.
2. Користування «мінімальними благами» – комфортним робочим місцем, кавою та чаєм, кухнею, приміщенням для розваг і спілкування та іншим.
3. Соціалізація самозайнятих осіб, стартаперів, програмістів та айтишників.
4. Оренда не тільки окремого столу, а й окремого простору залежно від необхідності.

Суть діяльності компанії, за моделлю коворкінгу, полягає у наданні фахівцям мотивуючого та вільного робочого простору. Такі працівники можуть «найматися» за цивільно-правовим договором підряду з виконання робіт чи надання послуг, що дає фінансові переваги для суб'єкта господарювання у платі податків. Характер організації роботи має кілька ознак:

1. Обов'язкова письмова домовленість (хоч і усна версія не є підставою вважати договір недійсним).
2. Укладення такої домовленості настає тоді, коли обидві сторони підписали документ.
3. Робочий час для виконавця встановлюється на договірних умовах.
4. Не передбачаються соціальні гарантії, наприклад, відпустка чи лікарняний. Але за бажанням виконавця та замовника може бути прописане положення щодо відпочинку протягом року та інше.
5. Облік результатів праці здійснюється на основі актів здачі-прийняття виконаних робіт чи наданих послуг.
6. Виконавець може залучати субпідрядників.
7. Відповідальність та можливі ризики лягають на плечі особи, що безпосередньо виконує завдання.
8. Можливе накладення пені та сплата неустойки.

Список використаних джерел:

1. Особливості. Вигоди та моделі організації коворкінгу в ІТ-галузі, між ФОПами або самозайнятими людьми. URL: HTML <https://zkg.ua/osoblyvosti-vyhody-ta-modeli-orhanizatsiji-kovorkinhu-iz-samozajnyatymy-lyudmy/>



Чуйченко Карина Русланівна

(наук. керівник – канд. наук із соц. ком., ст. викладач Вдовіна О. О.)

Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка, м. Полтава

ЕЛЕКТРОННИЙ КАДРОВИЙ ДОКУМЕНТООБІГ: ОГЛЯД ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Світова інформатизація суспільства сприяє швидкому збільшенню масивів інформації [6, с. 1]. Проте ефективно використовувати її можуть лише ті підприємства, що оперативно реагують на зміни та впроваджують новітні інформаційні технології у своїй діяльності. Не стали винятком і кадрові служби (кадрові департаменти, відділи кадрів) організацій. Традиційні процеси паперового документального забезпечення управлінської діяльності доволі

складні, масштабні, тривалі та громіздкі [2], саме тому виникає потреба у розробленні, побудові, запровадженні та використанні нових програмних продуктів задля автоматизації ділових процесів кадрових служб підприємств.

Необхідність організаційного забезпечення впровадження та експлуатації автоматизованих офісних систем усвідомлюється керівництвом більшості сучасних організацій [7]. Український ринок інформаційних технологій пропонує широкий вибір програмних продуктів для розв'язання актуальних проблем автоматизації кадрового діловодства в компаніях різного рівня організаційного розвитку й різних напрямів діяльності [5]. Треба зауважити, що відомості про них мають переважно рекламний характер, здебільшого для широкого загалу пропонується демо-версія, тому замовникам важко обрати ту чи іншу програму. Не можна обійти увагою й той факт, що нині не існує жодного вітчизняного методичного документа, який би допомагав у виборі автоматизованої системи, тому крапку у питанні впровадження певного програмного продукту зазвичай ставить керівник підприємства, враховуючи передусім такі фактори: рекомендації компетентних фахівців ІТ-сфери, ціна, функціональність, варіативність, вартість подальшої ІТ-підтримки, налаштувань та адаптації програми під конкретне підприємство, швидка психологічна адаптація персоналу кадрової служби до роботи з новим програмним забезпеченням тощо.

Сьогодні, на жаль, нерідко є поширеною практика купівлі так званих «сірих» або «піратських» копій програм, які є неліцензованими, проте у разі дешевшими, аніж аналогічні сертифіковані зразки. Такі програмні продукти здатні спричинити багато клопоту спеціалісту, який їх використовує. Насамперед це пов'язано з тим, що такі «програмні уламки» не містять повного набору функцій, необхідного для роботи кадрової служби, не оновлюються до останньої версії при підключенні до мережі Internet, уповільнено працюють при виконанні завдань із великими масивами інформації, можуть спричинити некоректне збереження інформації, не мають змоги інтегруватися в інші програмні додатки, мають обмежений строк використання тощо.

Програмні продукти для електронного кадрового діловодства, що нині існують на вітчизняному ринку, можна умовно розподілити на такі групи:

1. *Модулі управління кадрами у складі комплексних інформаційних систем.* Подібні модулі можуть працювати у складі комплексу (наприклад, ERP-систем) автономно. Окрім стандартних функцій кадрового обліку й розрахунку зарплати, ці системи підтримують усі елементи кадрового менеджменту: підбір, навчання, оцінку, мотивацію, управління проектами та інші. Як приклад таких комплексних систем можна навести SAP, Oracle, BAAN, Scala, Navision (західні), Галактика, Вітрило, 1С, БОС, Бест-про (російські) [5].

2. *Спеціалізовані програми обліку кадрів.* Більшість систем управління кадрами призначені тільки для автоматизації кадрового діловодства. Таких програм багато, і всі вони дуже схожі, що пояснюється чіткою регламентацією правил і форм кадрового обліку. Більшість таких систем працює неавтономно, а у зв'язку з системою розрахунку заробітної плати. Яскравим представником цієї групи є російський програмний продукт «1С» («1С: Управління персоналом 8.0», «1С:Зарплата і кадри 7.7»).

3. *Локальні спеціалізовані рішення.* Розроблені для автоматизації окремих процесів управління кадрами (підбір персоналу, різні види тестування). Такі системи не претендують на роль комплексних рішень, але цілком можуть бути застосовуваними для розв'язання обмеженого кола завдань. Основною проблемою з підтримки таких рішень є абсолютна залежність підприємства-користувача від розробника системи.

4. *Розподілені вузькоспеціалізовані інформаційні системи.* Зазвичай розробниками і власниками таких систем є великі державні й урядові організації з розгалуженою структурою, що директивно зобов'язують підпорядковані структури використовувати єдиний програмний продукт. Яскравим прикладом є Єдина державна кадрова система «Картка» [4].

Отже, найчастіше використовуваними на українських підприємствах нині є програми «Пакет кадровика», «Відділ кадрів Плюс» [1], «1С: Зарплата і Кадри», «Корс-Кадри», «БухСофт: Зарплата і Кадри», «Співробітники підприємства», «Відділ кадрів», «Персонал Бізнес» [3].

При виборі програми для роботи з кадрами важливо не помилитися з визначенням самого програмного забезпечення, і компанії-постачальника. У разі невдалого вибору можуть не виправдатися попередні очікування, і, як наслідок, – «ручна робота», подорожчання проекту впровадження, використання системи зі збитком для продуктивності (з урахуванням уже витрачених часових і фінансових засобів на її придбання і впровадження), а в підсумку, можливо, – повна відмова від нового програмного забезпечення

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що програмні продукти для автоматизації кадрового діловодства дають змогу оперативніше отримувати аналітичну інформацію й ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення [5], організовувати бізнес-процеси щодо управління персоналом, виключити багаторазове введення одних і тих самих даних в облікову систему й оптимізувати щоденну роботу співробітників різних служб компанії; налагодити ефективний облік усієї інформації, що стосується персоналу компанії, створюючи основу для аналізу й планування витрат на персонал; вести облік відповідно до законодавства й мінімізувати ризик фінансових санкцій з боку фіскальних органів.

Список використаних джерел:

- 1 Дяченко О. Ф., Ахбаш Д. В. Аналіз програмних продуктів автоматизації кадрового діловодства. URL: <http://конференция.com.ua/pages/view/463> (дата звернення 12.03.2019).
- 2 Зеленська О., Литвин О. Проблеми та переваги електронного документообігу. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/25552/1/133.PDF> (дата звернення 15.03.2019).
- 3 Какая программа лучше подходит для отдела кадров. URL: <https://programka.net/sovety/1s-kadru> (дата звернення 12.03.2019).
- 4 Козицкий Д. Автоматизация системы управления кадрами предприятия. URL: <https://hr-portal.ru/article/avtomatizaciya-sistemy-upravleniya-kadrami-predpriyatiya> (дата звернення 15.03.2019).
- 5 Колеснікова Я. В. Огляд програмних продуктів для автоматизації кадрового діловодства. URL: <http://www.stattionline.org.ua/pedagog/104.html> (дата звернення 14.03.2019).
- 6 Плешакова-Боровинська М. Системи електронного документообігу в діяльності промислових підприємств. Вісник Книжкової палати. 2012. № 7. С. 1–4.
- 7 Спрінсян В. Основні етапи запровадження електронного документообігу на підприємствах України. URL: <http://undiasd.archives.gov.ua/doc/konferenciji/11-12.10.2012/sprinsyanvasil.pdf> (дата звернення 16.03.2019).



Чуйченко Карина Русланівна

(наук. керівник – канд. наук із соц. ком., ст. викладач Вдовіна О. О.)

Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка, м. Полтава

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В КАДРОВИХ СЛУЖБАХ

З початку XXI століття, пошуки шляхів вдосконалення та прискорення документообігу за рахунок використання засобів автоматизації зводилися до локального застосування їх можливостей, наприклад, для виконання економічних і бухгалтерських розрахунків, для автоматизованого ведення контролю виконання документів і довідкової роботи. Сьогодні система електронного документообігу організації охоплює всі групи документації (фінансову, звітну, організаційно-розпорядчу кадрову тощо) [4]. Оскільки сучасне підприємство – це складний організм, що формується з багатьох складників, які взаємодіють за певними правилами [6],

збій у роботі однієї ланки призводить до розладу роботи інших. Саме введення та використання систем електронного документообігу у кадрових службах дасть можливість попередити виникнення проблемних управлінських ситуацій.

Одиницею електронного документообігу є електронний документ. Відповідно до ст. 5 ЗУ «про електронні документи та електронний документообіг» [1], електронний документ – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включно з обов’язковими реквізитами документа. Він може бути створений, переданий, збережений і перетворений електронними засобами у візуальну форму. З огляду на визначення електронного документа можемо сформулювати визначення поняття електронного документообігу. Отже, електронний документообіг – це сукупність процесів створення, обробки, надсилання, передачі, отримання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту отримання таких документів [7].

Створення і впровадження системи автоматизації діловодства та документообігу у кадрових службах спрямоване на досягнення таких цілей:

- 1) забезпечення підвищення оперативності і якості роботи з документами, впорядкування документообігу, забезпечення контролю виконання;
- 2) створення умов для переходу від традиційного паперового документообігу до електронної безпаперової технології та підвищення якості змістового опрацювання документів і зниження витрат праці на рутинні операції;
- 3) виключення дублювання роботи зі введення інформації про документ на різних ділянках роботи з ним [5];
- 4) забезпечення автоматизованого контролю проходження документів, своєчасне інформування співробітників та керівництва про документи, які надійшли або створюються, виключення загублення документів;
- 5) забезпечення випереджального контролю за своєчасним виконанням документів, доручень та вказівок керівництва організації, оперативне отримання інформації про стан виконання і місцезнаходження документа;
- 6) скорочення термінів проходження і виконання документів;
- 7) забезпечення централізованого зберігання текстів документів;
- 8) оперативного пошуку документів за тематичним набором реквізитів.

Ухвалюючи рішення про впровадження у діяльність кадрової служби систем електронного документообігу, керівництво підприємства зазвичай очікує на підвищення ефективності управлінської діяльності, прискорення руху, оформлення, обробки, систематизації, збереження документів в організації та зменшення трудомісткості опрацювання документів.

Нині українському ІТ-ринку для спеціалістів із кадрів представлено досить багато цікавих та ефективних програмних продуктів, і вибір тієї чи іншої програми залишається за керівником установи. Залежно від задач, які можуть бути розв’язані автоматизованою системою, їх прийнято поділяти на 4 групи. Першу групу утворюють вільно поширювані програми, написані непрофесіоналами («wdateok», «кадри», «відділ кадрів і доп», «табель»). У другу групу входять програми, які розробляються власними програмістами для своєї організації з метою економії коштів, наприклад «sls-кадри», «staff-кадри», «triamant» та ін. Третя група утворена бухгалтерськими системами, до складу яких включено функціональний модуль «кадри». Найбільш яскравими представниками систем такого класу є «1с зарплата і кадри», «platinum», «ultima-s», «scala», «галактика», «босс-кадровик» та ін. Четверта група представлена комплексними системами автоматизації діяльності підприємства, заснованими на використанні системи баз даних, що охоплюють усі сфери діяльності підприємства. Серед пропонованих на ринку систем на перший план висуваються «ogakl-кадри» і «ns2000», що являють собою системи четвертого покоління і досить повно відображають сучасний рівень розвитку програмно-апаратного забезпечення автоматизації діяльності підприємств [2].

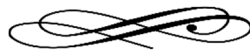
Перевагами електронного документообігу у кадрових службах організацій є можливість вміщення в документ, крім тексту, мультимедійних даних; використання заздалегідь заготовлених

форм; висока швидкість передачі інформації [3]; економія паперу; висока компактність архівів; висока швидкість пошуку і отримання інформації; можливість захисту документів від несанкціонованого доступу та розмежування прав доступу співробітників до інформації тощо.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що організація електронного документообігу у кадрових службах однозначно позитивно відображається на діяльності і самого структурного підрозділу, і підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Закон України «про електронні документи та електронний документообіг». Чинний від 22.05.2003; редакція від 07.11.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15> (дата звернення 10.03.2019).
2. Застосування комп'ютерних технологій в управлінні кадрами підприємства для організації ефективної роботи служби управління персоналом. URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=49235> (дата звернення: 10.03.2019).
3. Кадрове діловодство – організація обліку і правила оформлення обов'язкових документів. URL: <http://radka.in.ua/poradi/kadrove-dilovodstvo-organizaciia-obl.html> (дата звернення: 13.03.2019).
4. Кадрові документи в системі електронного документообігу. URL: <https://uagurupro.ru/juridichnij/14143-kadrovi-dokumenti-v-sistemi-elektronnogo.html> (дата звернення: 14.03.2019).
5. Організація електронного документообігу. URL: <https://studall.org/all3-12440.html> (дата звернення: 13.03.2019).
6. Спрінсян В. Основні етапи запровадження електронного документообігу на підприємствах України. URL: <http://undiasd.archives.gov.ua/doc/konferenciji/11-12.10.2012/sprinsyanvasil.pdf> (дата звернення: 13.03.2019).
7. Томашевский О. М. інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів. URL: https://pidruchniki.com/12711221/informatika/elektronniy_dokumentobig (дата звернення: 14.03.2019).



Швець Вікторія Володимирівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Юрченко В. О.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

КЛАСИФІКАЦІЙНА ХАРАКТЕРИСТИКА КАДРОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Згідно з ДСТУ 4423-1: 2005 «Інформація та документація. Керування документаційними процесами», документаційна система (records system) – це інформаційна система, яка містить службові документи, керує документаційними процесами та забезпечує доступ до службових документів у часі. Документаційні системи забезпечують процес документування управлінської діяльності за такими характеристиками: автентичність, достовірність, цілісність, придатність до користування [3, с. 8]. Найважливішою документаційною системою, яка утворюється як результат роботи з кадрами організації чи підприємства і характеризує правові, трудові та службові відносини особи з установою є кадрова інформаційно-документаційна система. Вона об'єднує документацію, у якій зафіксовано етапи трудової діяльності співробітників. Зарахування документа, залежно від його змісту, до певної категорії означає процес класифікації документів. Серед дослідників документознавчої галузі проблема класифікації документів продовжує бути дискусійною. У посібнику Ю. Палехи подано тлумачення терміна «класифікація»

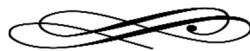
з двох позицій: з однієї – це класифікування, а з іншої – «система розподілу предметів, явищ або понять на класи, групи, підгрупи за спільними ознаками та властивостями». Посилаючись на думку Г. Кулешова, автор зазначає, що класифікування документів – це процес поділу документів за будь-якими ознаками – характеристиками інформації, видами носіїв, властивостями, обіговими даними [5, с. 53]. Окрім того, у теорії службового документа фіксуємо поняття «класифікування напрямів діяльності», що є важливим засобом, який допомагає здійснювати ділову діяльність і здебільшого стосується керування документаційними процесами. Цей процес охоплює такі напрями: забезпечення зв'язків між окремими службовими документами, що нагромаджуються, для того, щоб забезпечити безперервне документування діяльності; забезпечення уніфікації під час визначення назв службових документів; допомогу в пошуку всіх службових документів, які стосуються певної функції або напряму діяльності; визначення ступенів таємності та доступу для груп службових документів; установлення дозволу користувачам на доступ або роботу з певними групами службових документів; розподіл відповідальності за керування певними групами службових документів; поділ службових документів для роботи, визначення відповідних строків зберігання та дій з передавання службових документів до архіву або вилучення їх для знищення [3, с. 13]. За базовими для кадрової служби ознаками Ю. Палеха у своїй праці виділяє чотири класи кадрової документації: первинно-облікова документація; особова документація; організаційно-розпорядча документація; звітно-статистична документація [4, с. 94]. На думку дослідника, наведений поділ не дає повної інформації щодо критеріїв класифікації кадрової документації. Існує відомий принцип поділу службових документів за призначенням та найменуванням. Наприклад, за призначенням кадрову документацію можна поділити на директивні документи, до яких належать накази, розпорядження, вказівки тощо та запитальні документи – це листи-запити, листи-вимоги та інші. Так само кадрові документи поділяються на ті, що слугують для передавання інформації (інформаційні листи, рекламації), і ті, що призначені для її фіксування (акти, звіти). Крім того, як зазначає Ю. Палеха, наведена класифікація має умовний характер, оскільки кожна з ознак може мати, зі свого боку, певну кількість ознак іншого класифікаційного блоку. Продовжуючи класифікацію кадрових документів за дворівневою структурою, за призначенням первинно-облікова кадрова документація, яка є найбільшою за обсягом, поділяється на такі види: з обліку особового складу; з обліку використання робочого часу; з фіксації заробітної плати; з оформлення дисциплінарних стягнень; з організації навчання; з оформлення відпусток, відряджень; щодо проведення службової атестації кадрів; щодо роботи з резервом кадрів; з призначення пенсій та соціальних допомог; з нагороджень, присудження державних премій [4, с. 99–100]. До особової документації умовно віднесено особові та особисті документи. До організаційно-розпорядчої документації з кадрових питань належать такі документи: організаційні, розпорядчі, інформаційно-довідкові (або інформаційно-аналітичні) [4, с. 101–102]. Згідно з ДКУД (Державний класифікатор управлінської документації – ДК 010-98), організаційно-розпорядча документація, значну частину якої становить кадрова документація, містить три підкласи: документація з організації процесів управління; документація з управління кадрами; документація з оцінки трудової діяльності [2]. Г. Беспяньська вказує на те, що склад номіналів управлінських документів не так суворо регламентований, як, скажімо, об'єкти класифікації у національних класифікаторах – Національному класифікаторі професій України ДК 003: 2010 (КП), Класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009: 2010 (КВЕД), Класифікації форм власності ДК 001: 2004 (КФВ). Дослідниця пише: «Міністерства, які здійснюють структурування змісту розроблених форм документів з урахуванням динамічних змін складу та змісту інформації, можуть створювати і галузеві класифікатори документації на доповнення до ДКУД. Та й суб'єкти господарювання усіх форм власності, послуговуючись нормативно-методичною базою побудови трирівневої системи класифікування управлінської документації (державної, галузевої та підприємств), мають підстави для типізації та уніфікації системи документації» [1, с. 76]. Із застосуванням функціонального принципу поділу документів у праці Ю. Палехи розроблений розподіл кадрових документів на такі види: документація щодо прийому, переміщення та обліку кадрів; документація щодо підготовки кадрів та підвищення кваліфікації; документація щодо атестації кадрів і роботи з резервом кадрів; документація щодо нагородження та прис-

воєння почесних звань. Ці види кадрових документів відображені в «Переліку типових документів...» (Розділ 6 «Робота з кадрами»). Враховуючи інший функціональний потенціал кадрової документації, яка виконує низку додаткових функцій із роботи з персоналом, вона містить такі підвиди: документація щодо набору і використання трудових ресурсів; документація з організації праці та трудової дисципліни; документація зі встановлення заробітної плати та охорони праці, що відображено в «Переліку типових документів...» у Розділі 5 «Організація використання трудових ресурсів». Підвидами кадрової документації є також документація з соціального страхування та соціального захисту; документація з житлово-побутових питань та профілактично-оздоровчої роботи, які віднесено до Розділу 7 «Переліку типових документів...» під назвою «Соціально-культурний розвиток населення» [6, с. 105–108; 7].

Отже, класифікаційні характеристики кадрової документації знайшли своє відображення у державних стандартах і класифікаторах, що дає змогу забезпечити основне призначення її класифікації – підвищення ефективності роботи апарату управління кадрами. Окрім того, поділ документів на класи за найбільш загальними ознаками подібності та відмінності забезпечує швидкий їх пошук, підвищує оперативність роботи з ними, прискорює виконання та здійснення належного контролю. Враховуючи наявний спектр розв'язання питання класифікації документів, на сьогодні все ж воно залишається відкритим і потребує подальшого розв'язання.

Список використаних джерел:

1. Беспяньська Г. Склад та види документів, що забезпечують документування управлінської інформації. *Довідник кадровика*. 2007. № 8 (62). С. 70–76.
2. ДК 010-98. Державний класифікатор управлінської документації. К.: Держстандарт України, 1999. 50 с.
3. ДСТУ 4423-1: 2005. Інформація та документація. Керування документаційними процесами. Ч.1. Основні положення. (ISO 15489-1: 2001, MOD). К., Держспоживстандарт України, 2007. 28 с.
4. Палеха Ю. Організація загального діловодства: навч. посіб. (зі зразками сучасних ділових паперів). К.: Ліра-К, 2009. 458 с.
5. Палеха Ю. Кадрове діловодство: навч. посіб. (зі зразками сучасних ділових паперів). К.: Ліра-К, 2009. 476 с.
6. Перелік типових документів, що утворюються в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, інших установ, організацій і підприємств, із зазначенням термінів зберігання документів, затверджений наказом Міністерства юстиції України від 12 квітня 2012 року № 578/5.



Шевчук Олеся Сергіївна

(наук. керівник – канд. екон. наук Щербіна О. С.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ БІБЛІОТЕЧНОГО ФОНДУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Зміни, що розпочалися в усіх сферах життя незалежної України на зламі ХХ–ХХІ століть – глобалізація економіки, демократизація та формування інформаційного суспільства, швидке впровадження нових технологій, розширення міжнародних зв'язків тощо – зумовили зростання ролі бібліотек, що забезпечує розвиток науки, освіти і практики, їх потребу реформування і радикальну модернізацію.

Розробка методології визначення бібліотечного фонду як складової частини національної культурної спадщини є важливим елементом функціонування національної культурної спадщини загалом, ефективного розвитку сучасних бібліотек.

Розглянемо основні етапи методології визначення бібліотечного фонду як складової частини національної культурної спадщини:

- 1 етап. Визначення основних принципів функціонування бібліотечного фонду.
- 2 етап. Розгляд тенденції функціонування бібліотечного фонду.
- 3 етап. Аналіз розподілення бібліотечних фондів України.

Розглянемо основні принципи функціонування бібліотечного фонду як складової частини національної культурної спадщини (згідно з підпунктом 4 пункту 17 Державного реєстру національного культурного надбання).

1. Принцип об'єктивності. Проведення оцінки документів на основі неупередженого підходу.

2. Принцип історизму. Урахування особливості часу і місця створення документів, загальноісторичного контексту.

3. Принцип всебічності і комплексності. Вивчення відповідних документів з урахуванням їх місця в комплексі інших документів.

Тенденція функціонування бібліотечного фонду має такі складники: техніко-технологічний показник, кадровий показник, фінансовий показник. Тенденція функціонування бібліотечного фонду Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва як складової частини національної культурної спадщини є такою:

✓ Інтегральний показник техніко-технологічних ресурсів бібліотечного фонду – 3,07, відхилення від 2017 року – 29,54 %.

✓ Інтегральний показник кадрових ресурсів бібліотечного фонду – 3,94, відхилення від 2017 року 21,60 %.

✓ Інтегральний показник фінансових ресурсів бібліотечного фонду – 4,81, відхилення від 2017 року – 17,03 %.

Під час дослідження було виявлено, що основною проблемою функціонування бібліотечного фонду в Україні є те, що більше 15 % запасів інформаційних джерел є важкодоступними. Витяг таких запасів вимагає застосування специфічних, наукомістких і високовитратних технологій та обладнання.

Найбільшу питому вагу займають рукописи та літературні видання. Їх обсяг у 2018 році збільшився на 1 %. Однак зазначимо, що обсяг наукових видань у 2018 році зменшився на 4 %. Кількість інших досліджених об'єктів за спостережений період залишилась незмінною.

Дані аналізу свідчать про те, що у 2018 році спостерігалась позитивна тенденція росту визначених показників функціонування бібліотечного фонду України. Їх середній річний приріст – 0,1 млрд штук.

В роботі був проведений аналіз відхилення основних показників функціонування бібліотечного фонду Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва як складової частини національної культурної спадщини. Отже, за досліджений період спостереження найбільше відхилення мав інтегральний показник техніко-технологічних ресурсів бібліотечного фонду – 29,54 %.

Дуже важливим є проведення аналізу розподілення важливих наукових видань бібліотек України. Для кількісної оцінки рівномірного і фактичного розподілення важливих наукових видань у Вінницькій ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва в році t життєвого циклу розраховується коефіцієнт Джині. Коефіцієнт Джині наразі дорівнює 0,24, що означає, що при перерозподілі чверті загального обсягу важливих наукових видань у Вінницькій ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва в році t життєвого циклу можна домогтися рівності в розподіленні важливих наукових видань.

Співвідношення ліній рівномірного і фактичного розподілу графіку бібліотечних надбань свідчить про досить рівномірний розподіл важливих наукових видань у Вінницькій ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва в році t життєвого циклу.

Розробка методології визначення бібліотечного фонду як складової частини національної культурної спадщини базується на структурно-функціональному підході щодо аналізу бібліотечних фондів та колекцій, що є складовою частиною національної культурної спадщини. Під час узагальнення емпіричного матеріалу необхідно використовувати загальнонаукові методи (індукція, дедукція, аналіз, синтез). Характер досліджень має враховувати міждисциплінарний підхід, що дає змогу досліджувати проблему комплексно. Порівняльний метод науко-

вого аналізу форм і методів регулювання охорони національної культурної спадщини, комплекс засобів наукового пізнання соціальних процесів знайшли відображення в системі підходу щодо предмета цього дослідження.

Отже, у науковому середовищі домінують твердження, що до складу культурної спадщини комплексно належать і матеріальні об'єкти, і культурні цінності. Спираючись на думку цієї групи дослідників, в основі визначення поняття «культурна спадщина» треба розглядати об'єкти матеріальної та нематеріальної спадщини. Існують різні погляди вчених стосовно тожності понять «культурна спадщина» і «культурні цінності».

Розробка методології визначення бібліотечного фонду як складової частини національної культурної спадщини дає змогу нам:

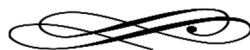
- 1) визначити основні принципи функціонування бібліотечного фонду;
- 2) розглянути тенденцію функціонування бібліотечного фонду;
- 3) провести аналіз розподілення бібліотечних фондів України;

В роботі були отримані такі наукові результати:

- ✓ визначено відхилення основних показників функціонування бібліотечного фонду Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва як складової частини національної культурної спадщини за 2018 рік;
- ✓ розглянуто структуру бібліотечного фонду України;
- ✓ проведено розподілення важливих наукових видань бібліотек України;
- ✓ проведено розподілення важливих наукових видань у Вінницькій ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва за 2018 рік.

Список використаних джерел:

1. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України від 27 січ. 1995 року № 32/95-ВР (зі змінами і доп.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 14.11.2016).
2. Історія розвитку Вінницької обласної універсальної наукової бібліотеки ім. К. А. Тімірязєва до 2010 року. URL: <http://www.library.vn.ua> (Дата звернення 29.11.2016).
3. Калашник Т. Особисті книжкові колекції у фонді Сумської ОУНБ. Бібліотечна планета. 2007. № 1. С. 26–27.
4. Кузнецов, А. В. Участь у міжнародних корпоративних проектах як засіб розкриття бібліотечних фондів. Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 17–19 трав. 2011 р. Київ, 2011. С. 182–184.



Шумейко Анжела Олександрівна

(наук. керівник – канд. філол. наук Гаращенко Л. Б.)

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ АРХІВНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Реалії часу трансформували архівні сховища в соціальні установи, що збирають, зберігають, науково досліджують і надають у користування історико-культурні джерела, історичні артефакти, які є свідками розвитку суспільства в багатьох його вимірах. Вони покликані забезпечити широкий доступ до своїх інформаційних ресурсів, а також впливати на соціально-політичний клімат у суспільстві.

Етапи розвитку, функції архівів як суспільних інститутів пам'яті, сучасні тенденції інформатизації архівної галузі розглядали Г. Боряк, М. Васильченко, О. Вовкотруб, А. Голюков, Л. Дубровіна, А. Киридон, А. Кисельова, І. Кисельов, С. Кулешов, Р. Маньковська, В. Бездрабко, І. Матяш, О. Михайлов, Є. Старостін, О. Бузова, Н. Кузовова, М. Шумейко й інші. Теорія

та практика діяльності архівних установ у сучасних умовах свідчать про те, що вони не обмежуються лише меморіальними функціями, а набувають розвитку науково-комунікаційних функцій, соціокультурної адаптації, знаряддя наукового пізнання, інтерпретації культурних цінностей минулого і трансляції інформації з метою суспільного самопізнання й самовизначення нації. Саме ці функції визначають роль архівів у формуванні національного менталітету та духовному житті суспільства.

Архівні установи, зберігаючи створені під час діяльності державних, громадських і приватних організацій автентичні документи, найчастіше обслуговують правові потреби держави й соціальні запити суспільства, надають громадянам документальні підтвердження їхніх юридичних прав і соціальних гарантій, а також задовольняють потреби історичної науки.

У сучасній Україні організація архівної справи має свою специфіку, але водночас зберігає певні традиції. В умовах соціалістичної держави під час тривалого періоду розвитку української архівістики (до 1991 р.) здебільшого ідеологічна кон'юнктура обумовила організаційно-правове забезпечення, намагання теоретично обґрунтувати всі напрями діяльності архівних установ. З того часу відбулися істотні зміни в організації архівної справи, і в архівознавчих дослідженнях, пов'язаних із відродженням національних традицій архівістики, реформуванням управління архівною справою, демократизацією архівної системи й інтеграцією українських архівів у світове співтовариство [3, с. 10].

Значущою подією в архівному будівництві незалежної України стало ухвалення у грудні 1993 р. Верховною Радою України Закону «Про Національний архівний фонд та архівні установи» (із подальшими змінами). Закон містить основні поняття Національного архівного фонду України й визначення джерел національної пам'яті як сукупності архівних документів, що відображають історію духовного та матеріального життя українського народу й інших народів, мають культурну цінність і є надбанням української нації. Цей законодавчий акт установив правові засади діяльності системи архівних установ.

Розроблення сучасної законодавчої бази покликане забезпечити повноцінне функціонування Національного архівного фонду (НАФ), а також продуктивну діяльність системи архівних установ, які забезпечують формування НАФ, збереження й використання архівної інформації, здійснюють управлінські, науково-дослідні та довідково-інформаційні функції в архівній справі [3, с. 12].

До структури системи архівних установ України належать: спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері архівної справи та діловодства, центральні державні архіви України, галузеві державні архіви, державні архівні установи Автономної Республіки Крим, місцеві державні архівні установи, архівні підрозділи державних наукових установ, музеїв і бібліотек, архівні підрозділи органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних та комунальних підприємств, установ та організацій, архівні підрозділи об'єднань громадян, релігійних організацій, а також підприємств, установ та організацій, заснованих на приватній формі власності, приватні архівні установи, науково-дослідні установи, підприємства й організації у сфері архівної справи та діловодства [1, с. 91].

Нині архіви України відповідно до профілю фондів і діяльності поділяються на: архіви вищих органів влади й управління, громадських об'єднань, історичні, кіно-, фото-, фотоархіви, науково-технічні, літератури та мистецтв, електронні, зарубіжної українки, регіональні, обласні, галузеві (наприклад, Служби безпеки України, Управління державної охорони України, Фонду державного майна тощо).

Мережа державних архівних установ України, підпорядкованих Державній архівній службі України, містить 696 установ. Також існують архіви райдержадміністрацій, архівні відділи міських рад і трудові архіви. Загалом станом на 1 січня 2014 р. в Україні функціонували 2 432 архівні установи [2, с. 5].

У сфері архівної справи й діловодства спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади є Державний комітет архівів України (Держкомархів). Він здійснює функції управління архівною справою, а також забезпечує нормативно-методичне ведення діловодства. Держкомархів у межах наданих повноважень бере участь у формуванні та забезпеченні

реалізації державної політики у сфері архівної справи й діловодства, виконує нормативно-правове регулювання відносин, визначає перспективи й пріоритетні напрями розвитку, здійснює міжгалузеву координацію, функціональне регулювання та міжнародне співробітництво.

У формуванні НАФ і забезпеченні його збереження провідна роль належить центральним державним архівам, що безпосередньо підпорядковані Держкомархіву та створені відповідно до рішення Кабінету Міністрів України з метою постійного зберігання документів загальнодержавного значення, виконання завдань і функцій управління архівною справою й діловодством.

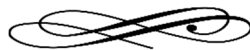
Упродовж 1991–2001 рр. було здійснено певні заходи щодо уточнення профілю архівів та їх перейменування. На сучасному етапі розвитку української архівістики спостерігаємо інтеграційні тенденції в діяльності архівних установ, українських і закордонних вищих навчальних закладів, академічних інститутів; упровадження інноваційних технологій; розроблення актуальних питань архівної науки та практики.

На сьогодні пріоритетами Державної архівної служби України є цифрація усіх процесів архівної справи й діловодства, організація формування документів Національного архівного фонду, забезпечення збереженості Національного архівного фонду як складника всесвітньої культурної спадщини, реалізації державної політики у сфері створення та ефективного функціонування державної системи страхового фонду документації.

Отже, в умовах значних політичних та економічних реформ, які відбуваються в Україні, необхідно забезпечити збереження Національного архівного фонду як складника вітчизняної і світової історико-культурної спадщини, удосконалення державної політики у сфері архівної справи, що впливає на загальний розвиток науки, культури, освіти, а також сприяє зміцненню й безпеці держави, забезпеченню соціальних прав громадян.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про Національний архівний фонд та архівні установи» від 24 грудня 1993 р. № 3814-ХІІ. Відомості Верховної Ради України. 1993. № 15. С. 86–96.
2. Дубровіна Л., Киридон А., Матяш І. Архіви, бібліотеки, музеї – джерельна основа національної пам'яті, культурної спадщини України. *Бібліотечний вісник*. 2017. № 1 (237). С. 3–10.
3. Матяш І. Організація архівної справи в сучасній Україні. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*. 2004. № 11. С. 10–26.



Щуць Надія Василівна

(наук. керівник – канд. пед. наук Яворська Т. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

МЕДІА- ТА ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА І ПУБЛІЧНА БІБЛІОТЕКА: ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАННЯ

Сучасне суспільство характеризується значним збільшенням ролі інформації і знань, кількості людей, що зайняті у виробництві інформаційних продуктів і послуг, пануванням інформаційних технологій у суспільній та господарській сферах, створенням глобального інформаційного простору тощо. Виникає гостра необхідність трансформації соціальних інституцій, зокрема бібліотек, для гідної відповіді на виклик інформаційної доби.

Найбільш суттєвою зміною, яка супроводжувала становлення інформаційного суспільства, став перехід від концепції володіння інформацією до концепції відкритого доступу до неї. Це дає змогу кожній людині реалізовувати свій потенціал та покращувати якість життя. Водночас існує багато ризиків і небезпек: у невимірно великих обсягах інформації стає складно орієнтуватися, отримувати і опрацьовувати справді необхідні дані. Перед людською спільнотою постають принципово нові цілі та задачі щодо необхідності застосування критичного мислення та зміни міжособистісних комунікацій. Актуальним стає формування інформаційної і медійної культури та їх складників: інформаційної та медіаграмотності.

Про необхідність спеціальної інформаційної підготовки людини до життя в інформаційному суспільстві говориться в основних документах Всесвітнього саміту з питань інформаційного суспільства, два етапи якого проходили у 2003 році в Женеві і в 2005 році в Тунісі [1].

На думку професора Н. Гендіної, «інформаційна культура особистості – одна із складових частин загальної культури людини; сукупність інформаційного світогляду і системи знань та умінь, які забезпечують ціленаправлену самостійну діяльність з оптимального задоволення індивідуальних інформаційних потреб з використанням і традиційних, і нових інформаційних технологій» [2, с. 34].

У новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні медіакультура визначається як «культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом загалом сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки» [3, с. 7–8].

Провідну роль у становленні та розвитку питань інформаційної та медійної культури на світовому рівні відіграють Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій та закладів (ІФЛА) та Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО). Вони є організаторами та координаторами конференцій, семінарів, робочих нарад і тренінгів, створюють та видають навчально-методичні посібники.

В Україні своєрідним центром дослідження питань медіаграмотності та інформаційної культури є Академія української преси. У бібліотечній сфері Українська бібліотечна асоціація (УБА) сприяє активізації діяльності бібліотек з питань медійно-інформаційної грамотності через надання доступу до ресурсів організації навчання бібліотекарів, заохочення бібліотек до впровадження інноваційних програм.

В. Медведева вважає проблему розвитку інформаційної культури користувачів бібліотек однією з найважливіших не лише в Україні, а й у світі. Адже «низький рівень інформаційної культури особистості стає на перешкоді її адаптації та соціалізації, перешкоджає професійній орієнтації та становленню як повноправного члена суспільства» [4, с. 43].

Автори навчально-методичного посібника «Формування інформаційної культури особистості в бібліотеках і освітніх закладах» [2] вважають, що в сучасному суспільстві підвищення інформаційної культури користувачів є одним із першочергових завдань бібліотек. У книзі наведено фактори, що впливають на становлення інформаційної культури, описано концепцію формування інформаційної культури особистості в бібліотеках та освітніх установах. Посібник містить програми курсу «Основи інформаційної культури», що розроблені для старшокласників, вчителів, студентів, майбутніх науковців, та інструменти діагностики рівня інформаційної культури.

Спеціалісти бібліотечної сфери О. Тельтєвська [5], Т. Проценко [6] та Н. Тарасенко [7] у своїх працях звертають увагу на великий досвід бібліотек у вихованні інформаційної культури користувачів, оскільки ці інституції завжди навчали користувачів основам пошуку інформації, особливостям роботи довідково-бібліографічного апарату бібліотеки, вимогам до укладання списків літератури, прийомам раціонального читання, конспектування і реферування.

Розвиток комп'ютерних технологій вніс свої корективи, і як наслідок – сформувалися «магістральні напрями діяльності бібліотек: поширення бібліотечно-бібліографічних знань,

розвиток культури читання, навчання основам комп'ютерної грамотності. Але в епоху інформатизації суспільства з'являються нові вимоги до інформаційної підготовки сучасної людини... На зміну поняттю «пропаганда бібліотечно-бібліографічних знань» прийшли такі: «формування інформаційної культури особистості», «інформаційна грамотність», «медіа-інформаційна грамотність» [5].

Аналіз практичної діяльності бібліотек вказує на тісний зв'язок між рівнем інформаційної культури користувачів та рівнем інформаційної культури бібліотечного працівника, де важливу роль відіграє самоосвіта та саморозвиток бібліотекаря.

Т. Проценко визначає п'ять напрямів комплексного трирівневого формування інформаційної культури: «робота з удосконалення комплектування та розкриття бібліотечних фондів; систематичне вивчення динаміки інформаційних потреб читачів; створення комфортних умов для задоволення інформаційних потреб читачів; удосконалення роботи з підвищення рівня бібліотечно-бібліографічних та інформаційно-комп'ютерних знань; популяризація та реклама інформаційних послуг бібліотеки серед населення. Отже, вся діяльність бібліотеки спрямована на підвищення інформаційної освіти суспільства» [6, с. 37].

Т. Гранчак, говорячи про формування медіаграмотності як першочергового завдання бібліотек, вказує на відсутність на рівні фахових наукових публікацій «теоретичного осмислення й узагальнення бібліотечних підходів до формування медіаграмотності, її значення в бібліотечній діяльності» [8, с. 41]. У статті «Бібліотечно-інформаційна діяльність і медіаграмотність» дослідниця розглядає взаємозв'язок бібліотечного інформування, утворення та організації бібліотечних ресурсів, бібліотечного контенту у мережі Інтернет із проблемою формування медіаграмотності як складової частини медійної культури.

У 2015 році Міжнародна неприбуткова організація IREX видала посібник «Медіаграмотність. Практичне керівництво для бібліотекарів», наголошуючи, що «бібліотекарі інформують та направляють людей будь-якого віку у своїй спільноті не лише у пошуку книг і користуванні мережею Інтернет, але й у знаходженні надійніших джерел, критичному споживанні інформації, а також розумінні нових ЗМІ» [9, с. 3]. Книга містить уроки, в яких представлені принципи і ресурси, що стануть у нагоді бібліотекарям під час навчання громади.

Медіапедагоги Академії української преси у 2015 році підготували перший український посібник для бібліотекарів «Практична медіаграмотність» [10], що допоможе бібліотечним фахівцям зрозуміти зв'язок мас-медіа з маніпуляціями, необхідність формування критичного мислення та медіаграмотності своїх користувачів. Окремий розділ – практичний кейс, що подає методичну розробку тренінгу «Інформаційні війни: як врятуватися від пропаганди або чому вдається маніпулювати суспільною свідомістю». Автори посібника наголошують, що «бібліотеки є тими установами, які мають усі можливості для того, щоб долучитись до формування медіаграмотного споживача і так сформувані і для себе нову компетентність та новий імідж для аудиторії» [10].

У 2018 році у рамках проекту IREX Europe було розроблено ще один практичний посібник із медіаграмотності для бібліотекарів, автор-укладач якого Т. Козицька [11].

Отже, публічні бібліотеки, перебуваючи в епіцентрі процесу інформатизації суспільства, все більше перетворюються на багатофункціональні центри інформаційної культури. Це обумовлює зміну професійних умінь та навичок і самих бібліотечних працівників, що допомагають підвищувати рівень інформаційної та медійної культури користувачів. Такі процеси відповідають вимогам сучасного інформаційного суспільства.

Короткий огляд досліджень ролі бібліотек у формуванні медійної та інформаційної культури вказує на переважно практичне спрямування робіт та відсутність ґрунтовного висвітлення теоретичних аспектів. Так склалося переважно через те, що медіа- та інформаційну культуру крізь призму роботи бібліотек аналізують переважно працівники бібліотечної сфери, яким практичний аспект є значно ближчим. Наявна ситуація відкриває великі можливості для нового покоління науковців.

Список використаних джерел:

1. Формирование информационного общества в XXI веке / сост. Е. И. Кузьмин, В. Р. Фирсов; Российский комитет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех». СПб., 2006. 640 с.
2. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях: учебно-метод. пособие / Гендина Н. И., Колкова Н. И., Стародубова Г. А., Скипор И. Л. Москва, 2002. 288 с.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдьонові, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с.
4. Медведєва В. М. Значення інформаційної культури в сучасних бібліотечних закладах. Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору: матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 4–6 жовт. 2016 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів – членів МААН. Київ, 2016. С. 244–246.
5. Тельтевская О. А. Работа муниципальной библиотеки по формированию информационной культуры пользователей. Национальная библиотека Республики Карелия: виртуал. метод. кабинет. Петрозаводск, 2013. URL: <http://metod.library.karelia.ru/files/324.pdf>
6. Проценко Т. Формування інформаційної культури користувачів. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 3. С. 34–38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2014_3_12
7. Тарсенко Н. Роль сучасної бібліотеки у формуванні інформаційної культури особистості. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2011. Вип. 30. С. 85–95. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000001506>
8. Гранчак Т. Ю. Бібліотечно-інформаційна діяльність і медіаграмотність. *Вісник Книжкової палати*. 2018. № 3. С. 40–43.
9. Ланг К. Медиаграмотность: практическое руководство для библиотекарей / пер. с англ. А. Куликовская; IREX Еуропа, Прогр. «Новатека». Кишинэу, 2015. 160 с.
10. Гуменюк Л., Потапова В. Практична медіаграмотність для бібліотекарів. Київ, 2015. URL: <http://aup.com.ua/books/mbm/>
11. Медиаграмотность. Практическое учебное пособие для библиотечных работников / авт.-сост. Т. Козицька. URL: http://www.mediasabak.org/media/IE_-_curriculum_-_library_ru.pdf

Наукове видання

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

IV Всеукраїнської наукової студентської конференції

«Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері»
(Вінниця, 04 квітня 2019 р.)

*Редакційна колегія не несе відповідальності за точність викладених
у публікаціях фактів та даних.*

Редактор О. А. Солдатова

Технічний редактор Т. О. Алімова

Підписано до друку 18.11.2019 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк – цифровий. Умовн. друк. арк. 6,51
Тираж 30 прим. Зам. № 80

Донецький національний університет імені Василя Стуса,
21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру
серія ДК № 5945 від 15.01.2018 р.