

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
WYŻSZA SZKOŁA HOTEŁARSTWA I GASTRONOMII (Познань, Польща)

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ІНФОРМАЦІЯ ТА СОЦІУМ»

(08 червня 2018 р.)

Вінниця – 2018
ДонНУ імені Василя Стуса

УДК 001.102:316.3(06)

I-74

Голова редакційної колегії:

О. М. Анісімова – завідувач кафедри інформаційних систем управління ДонНУ, д-р екон. наук, професор.

Члени редколегії:

Гомотюк О. Є. – завідувач кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету, д-р іст. наук, професор;

Ковальська Л. А. – доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. іст. наук, доцент;

Лукаш Г. П. – професор кафедри інформаційних систем управління, д-р філол. наук, професор;

Новікова Катерина – доктор соціології, ад'юнкт на факультеті суспільних наук Варшавського університету природничих наук, PhD in Sociology;

Прігунов О. В. – старший викладач кафедри, заступник декана факультету з профорієнтаційної роботи та інформаційної діяльності;

Щербіна О. С. – відповідальний секретар, доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. екон. наук;

Яворська Т. М. – доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. пед. наук, доцент.

I-74 Інформація та соціум: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції / редкол.: О. М. Анісімова (голова), О. Є. Гомотюк та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. 2018. 84 с.

У матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено теоретичні, методичні, методологічні та прикладні аспекти наукових досліджень напряму документознавство та інформаційна діяльність, а також їхнє застосування в діяльності закладів, підприємств та установ.

Розраховано на науковців, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів, фахівців виробничої сфери, що займаються питаннями організації інформаційного та документаційного забезпечення основної і допоміжних сфер діяльності підприємств усіх галузей економіки.

УДК 001.102:316.3(06)

© Колектив авторів, 2018

© Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТ–ЕКОНОМІКА–БІЗНЕС	6
<i>Анісімов Д. О.</i>	
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	6
<i>Зінченко О. А., д-р екон. наук, професор, Савчин А. С., Галушка А. В</i>	
ОСНОВИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	7
<i>Коваш Лилия, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента</i>	
ОЦЕНКА УРОВНЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В КАЧЕСТВЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА В МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	9
<i>Свистільник В. Ю.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИПУ	11
<i>Серіков А. В., канд. фіз.-мат. наук, професор</i>	
УПРАВЛІНСЬКА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЗАЦІЇ ЯК ЗБУДНИК НОВИХ ЗАПИТІВ ДО ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	13
<i>Снісарчук І. В.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЗВО	15
<i>Стихи Людмила, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента</i>	
РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В НАПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ	16
<i>Філіпішин І. В., д-р екон. наук, доцент, Гулий Д.В.</i>	
ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	18
<i>Щербіна О. С., канд. екон. наук,</i>	
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	20
<i>Курченко Т. Є., канд. іст. наук, доцент, Юрченко О. А., канд. іст. наук, доцент,</i>	
ДОСВІД ДАНІЇ У ЗБЕРІГАННІ ТА ВИКОРИСТАННІ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ.....	22
СЕКЦІЯ 2 ІНФОРМАЦІЙНА ПЛАТФОРМА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ	25
<i>Кіськов В. В.</i>	
СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОФІЛЮ ..	25
<i>Поліщук І. І., канд. екон. наук, доцент,</i>	
ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	26

Прігунов О. В.

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА 28

СЕКЦІЯ 3 СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТНІ СИСТЕМИ..... 31

Kateryna Novikova, PhD in Sociology

PORTFOLIO WORKER IN THE PLATFORM ECONOMY: POSSIBILITIES OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS AND THEORIZATION 31

Анісімова О. М., д-р екон. наук, професор

ЗМІНИ У ДОКУМЕНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 33

Василенко В. Ю.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ 34

Литвинська С. В., канд. філол. наук, доцент, Бурля О. В.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ «FACEBOOK», «TWITTER» ТА «INSTAGRAM» ЯК СУЧАСНІ КАНАЛИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ..... 37

Юрченко В. О., канд. іст. наук, доцент

ДОКУМЕНТУВАННЯ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧИХ НОВАЦІЙ 39

СЕКЦІЯ 4 АРХІВНА ТА БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ..... 42

Бездрабко В. В., д-р іст. наук, професор

ДО ДИСКУСІЇ ПРО АРХІВНИЙ МЕТОД 42

Ковальська Л. А., канд. іст. наук, доцент

РЕТРОСПЕКТИВНА ІНФОРМАТИВНІСТЬ АРХІВНИХ ДЖЕРЕЛ УКРАЇНИ..... 43

(1941-1945)..... 43

Шевченко О. В., д-р соц. ком., доцент

ДО ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІБЛІОТЕК ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ..... 46

Яворська Т. М., канд. пед. наук, доцент

ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 48

СЕКЦІЯ 5 БЕЗПЕКА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ 50

Дячков Д. В., канд. екон. наук, доцент

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 50

Кирилишен Я. В., канд. екон. наук, доцент

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ MOBILE-FIRST ДЛЯ РОЗРОБКИ САЙТІВ 52

СЕКЦІЯ 6 ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ	54
<i>Василичев Д. В., канд. екон. наук, доцент, Василичева В. Г.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ ІТ-ПРОДУКЦІЄЮ.....	54
<i>Вернигора О. І.</i>	
ТРЕНДИ 2018 РОКУ У СФЕРІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ.....	56
<i>Грінберг Л. Ф, канд. іст. наук, доцент</i>	
ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	58
<i>Анісімова О. М. д-р. екон. наук, професор, Денисова К.О.</i>	
SWOT-АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ELECTRONIC DATA INTERCHANGE В ТРАНСПОРТНИЙ СЕКТОР	60
<i>Добровольська В. В., канд.наук з соц. комун., доцент</i>	
ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ.....	63
<i>Лаврентьєва Л. В.</i>	
ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА.....	65
<i>Сиволап Л. А., канд. екон. наук, доцент</i>	
ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	67
<i>Січко Т. В., канд. техн. наук, доцент,</i>	
СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	68
<i>Хачатрян В. В., канд. екон. наук, доцент</i>	
АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ.....	69
<i>Шикова Л. В., канд. екон. наук</i>	
ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ЗЕМЛЕУСТРОЇ.....	71
СЕКЦІЯ 7. ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЇ ТА СОЦІУМУ	74
<i>Лукаш Г. П., д-р. філол. наук, професор</i>	
ІСТОРИЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОВНОГО РИТУАЛУ СЛУЖБОВИХ ЛИСТІВ	74
<i>Куц О. П., канд. філол. наук, доцент</i>	
ХАРАКТЕРИСТИКА УСТАЛЕНИХ ЗВОРОТІВ І ШТАМПІВ У ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТАХ ХХ СТОЛІТТЯ.....	76
<i>Тур О. М., канд. філол. наук, доцент</i>	
СПОСОБИ УНІФІКАЦІЇ ДОКУМЕНТОЗНАВЧОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	78
<i>Чередник Л. А., канд. філол. наук, доцент</i>	
ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРИЙОМУ СУГЕСТІЇ У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ	80
<i>Добровольська К. А.</i>	
АКТУАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ.....	83

СЕКЦІЯ 1
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТ–ЕКОНОМІКА–БІЗНЕС

Анісімов Д. О.
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Умови розвитку інформаційного суспільства прописано у Постанові КМУ Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Зазначені умови враховують усі сфери функціонування країни. Деякі умови мають безпосереднє відношення до економічної складової. Так до цього напрямку можна віднести: розвиток національної інформаційно-комунікаційної інфраструктури та її інтеграція до світової інфраструктури; вільний доступ до інформації і знань, крім обмежень, установлених законом; підтримка вітчизняних суб'єктів індустрії програмної продукції; постійне вдосконалення бізнес-клімату і розвиток конкуренції; впровадження новітніх технологій у систему виробництва і споживання та розвиток високотехнологічного машинобудування [1].

Щоб побудувати «інформаційне суспільство для всіх» усі зацікавлені сторони повинні разом працювати над розширенням доступу до інформаційної та комунікаційної інфраструктури і технології. Необхідно підвищувати рівень довіри і безпеки під час використання ІКТ, створювати на всіх рівнях сприятливе середовище, розробляти ІКТ платформи та розширювати сферу їх застосування. Інформаційне суспільство неможливо побудувати без сприяння та поважного ставлення до культури комунікацій. Особливу увагу доцільно приділяти етичним аспектам інформаційного суспільства.

Інформаційне суспільство має глобальний характер, воно пов'язане з множиною новітніх категорій: інформація, інформатизація, інформативність, інформологія, інформаційний соціум, віртуалізація, економіка знань, глобалізація тощо.

Базовим завданням для розвитку інформаційного суспільства є створення саме економічних засад. Саме економічні засади є основою для впровадження інших складових інформаційного суспільства. «Стратегія розвитку ...» робить акцент лише на сектор ІКТ, але не можна розробляти заходи виключно для розвитку в Україні сектору ІКТ. Пряма підтримка розвитку ІКТ не в змозі здійснити кардинальних структурних зрушень у напрямі формування інформаційного суспільства. Повноцінний розвиток сектору ІКТ можливий, лише якщо він органічно включений до економічної системи країни. Тому стратегія створення в Україні економічних основ інформаційного суспільства та стимулювання розвитку бізнесу у сфері ІКТ повинна концентруватися на створенні економічного середовища, сприятливого для інноваційної діяльності та впровадження ІКТ в усіх сферах економіки та суспільного життя.

Суть стратегії полягає в тому, щоб державна політика стимулювання розвитку ІКТ була передусім спрямована на перетворення впровадження та використання цих технологій на предмет безпосереднього інтересу споживачів, виробників та інвесторів. Це дозволить перетворити ІКТ з відокремленої на органічну складову національної економічної системи. На сьогодні спостерігається відставання нашої країни у процесі побудови інформаційного суспільства. Так ЗУ «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» виконаний частково. Фрагментарність розвитку сфери ІКТ на сучасному етапі потребує державної підтримки у вигляді стимулювання її зростання, диверсифікації та модернізації. Стратегія економічних перетворень повинна бути спрямована на виконання триєдиного завдання: безпосереднє здійснення заходів, які сприятимуть підвищенню пропозиції товарів і послуг сфери ІКТ, поліпшення якісних характеристик вітчизняного науково-технологічного потенціалу; заохочення попиту суб'єктів національної економіки на продукти ІКТ, створення сприятливих умов для їхнього впровадження у виробничу діяльність та побут населення; заохочення інвестицій інноваційного спрямування безпосередньо у сферу ІКТ та у впровадження елементів ІКТ до традиційних галузей економіки і сфер життя [2].

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження КМУ від 15 травня 2013 р. № 386-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>
2. Жаліло Я. А. Економічна стратегія формування інформаційного суспільства. *Інформаційне суспільство. Шлях України*. К. : Бібліотека інформаційного суспільства, 2004. С. 58–66. URL: <http://www.a.kolodyuk.info/download/book.pdf>



*Зінченко О. А., д-р. екон. наук, професор,
Савчин А. С.,
Галушка А. В.,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

ОСНОВИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Оцінка фінансового стану комерційного банку передбачає глибоке, науково обґрунтоване дослідження фінансових відносин, які виникають у процесі діяльності банку та руху фінансових ресурсів. Регулярне проведення банком оцінки фінансового стану дає йому змогу ефективно управляти своїми активними і пасивними операціями з метою максимізації прибутку і забезпечення стабільного фінансового стану. Забезпечення стабільного фінансового стану є надзвичайно важливим у сучасних умовах, коли країна знаходиться у стані фінансової та політичної кризи.

Метою оцінки є визначення фінансового стану та результатів діяльності банку, доцільності та перспектив подальшої його діяльності. Завдання аналізу банківської діяльності.

Фінансовий стан комерційного банку відображає всі аспекти його діяльності. Основним об'єктом аналізу є комерційна діяльність. Водночас суб'єктами можуть бути як комерційні банки, так і їхні контрагенти, зокрема інші кредитні установи, аудиторські фірми, реальні і потенційні клієнти та кореспонденти, інші фізичні та юридичні особи.

Оцінка фінансового стану в економічній літературі різниться за різними ознаками. Залежно від спектру досліджуваних питань оцінка фінансового стану є повною, тобто такою, за якої вивчаються всі аспекти діяльності банку, внутрішні та зовнішні його зв'язки. За охопленням об'єктів дослідження така оцінка є суцільною, тобто аналізуються всі об'єкти за для всебічного визначення фінансового стану банку.

Оцінка фінансового стану є дуже важливою для комерційного банку. Вона дає можливість визначити конкурентоспроможність банку на ринку, дозволяє ухвалювати управлінські рішення, які будуть направлені на покращення фінансового стану банку, з метою забезпечення діяльності банку необхідними ресурсами, а також зміцнення і поліпшення платоспроможності та рентабельності своєї діяльності.

В економічній літературі цьому питанню присвячено багато праць вітчизняних і закордонних вчених, які зробили вагомий внесок у розробку теоретичних положень та методологічних підходів до проблеми оцінки фінансового стану, а саме: Парасій-Вергуненко І. М., Герасимович А. М., Дзюблюк О. В., Мочерний С. В. та інші.

За Поддєрьогіним А. М., фінансовий стан – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [1].

Фінансова звітність банків складається на підставі Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні, затвердженої Постановою НБУ від 28 серпня 2001 р. № 368 (зі змінами та доповненнями) та Інструкції про складання річного фінансового звіту банків України, затвердженої Постановою НБУ від 26 грудня 2001 р. № 545 (зі змінами та доповненнями) [2].

Згідно із Законом «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», порядок ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в банках встановлюється Національним банком України [3].

Згідно з вимогами нормативних актів НБУ призначенням фінансової звітності банків є створення бази даних, яка дасть змогу реально оцінити показники ліквідності, платоспроможності та дохідності банків і на цій основі визначити їх фінансовий стан – як комплексне поняття, що відображає різні напрями банківської діяльності. Фінансова звітність банків має бути перевірена щорічно аудитором, який має сертифікат НБУ на аудиторську перевірку банківських установ.

Кожен банк використовує свої самостійно розроблені методики оцінки фінансового стану, що включають різні показники, які часто суттєво різняться.

На сьогодні єдина система показників, які в узагальнюючому вигляді характеризують фінансовий стан банку, остаточно ще не склалася. Кожний банк використовує свої самостійно розроблені методики, що включають різні показники, які часто суттєво різняться.

Більшість методик поєднує такі групи показників, що дають можливість оцінити фінансовий стан банку виходячи із:

1) оцінки фінансової стійкості:

Фінансова стійкість банку – це головна умова його існування та його активної діяльності. Вона формується під впливом об'єктивних та суб'єктивних факторів і оцінюється за допомогою як окремих показників, так і зведених комплексних показників, які лежать в основі рейтингових оцінок діяльності банків. [4]

2) оцінки ділової активності:

Ділова активність банку характеризується його спроможністю залучати кошти й ефективно та раціонально їх розміщувати.

Ділова активність банку може бути визначена як за допомогою аналізу окремих показників, так і через оцінювання відповідних співвідношень між окремими статтями активів, пасивів та кількісним узгодженням змін в активах та пасивах. Показники ділової активності дають змогу інтерпретувати стан і використання банком економічного потенціалу, тобто наявних і прихованих можливостей, і вагомість взятих на себе ризиків господарювання.

3) оцінки ліквідності:

Ліквідність комерційного банку – це можливість і здатність банку виконувати свої зобов'язання перед клієнтами і різними контрагентами в аналізованих періодах. Ліквідність балансу як ступінь покриття зобов'язань активами і ліквідність самих активів забезпечується дотриманням насамперед обов'язкових економічних нормативів Національного банку України [5].

4) оцінки ефективності діяльності банку:

Під ефективністю розуміють результативність економічної діяльності, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату [6].

Згідно з вимогами нормативних актів НБУ призначенням фінансової звітності банків є створення бази даних, яка дасть змогу реально оцінити показники ліквідності, платоспроможності та дохідності банків і на цій основі визначити їх фінансовий стан – як комплексне поняття, що відображає різні напрями банківської діяльності. Фінансова звітність банків має бути перевірена щорічно аудитором, який має сертифікат НБУ на аудиторську перевірку банківських установ.

Отже, інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану банку передбачає використання різних видів інформації. Але базовою інформацією для фінансового аналізу є дані звіту

про фінансовий стан, про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, які складені відповідно до нормативно-правових норм, а також згідно з вимогами НБУ.

Список використаних джерел

1. Фінанси підприємств : Підручник / [А. М. Поддєрьогін, Л. Д. Буряк, Г. Г. Нам, А. М. Павліковський, та ін.]; керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. К. : КНЕУ, 2013. 460 с.
2. Постанова № 368 «Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
4. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності : Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К. : КНЕУ, 2013. 347 с.
5. Герасимович А. М., Алексеєнко М. Д. Аналіз банківської діяльності : Підручник. К. :КНЕУ, 2013. 599 с.
6. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. К. : Знання, 2013. 1072с.



*Коваш Лилія, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента,
Економіческая Академия Республики Молдова, Кишинёв*

ОЦЕНКА УРОВНЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В КАЧЕСТВЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Изменения, происходящие в обществе, налагают на компании более жесткие требования к конкурентоспособности, чем в прошлом. Зависимость компании от ее стейкхолдеров (заинтересованных сторон) усиливается, а уровень ответственности перед потребителями, работниками, сообществом, окружающей средой и т. д. возрастает. В сложившихся условиях экономические единицы, заинтересованы в переосмыслении организации бизнеса и во внедрении новых подходов, учитывая принципы устойчивого развития.

Устойчивое развитие компании невозможно, если деятельность фирмы не будет связана с интересами стейкхолдеров, не будет поддерживать диалог с ними, и не будет характеризоваться высоким уровнем прозрачности. Растет спрос на информацию о взаимоотношениях между компаниями, сотрудниками и сообществом. В то же время усиливается спрос на раскрытие информации о социальной и экологической практике компаний.

В специализированной литературе существует несколько попыток разработать модель общей оценки эффективности деятельности предприятия. Использование этих моделей ориентировано на определение уровня устойчивости крупных предприятий, особенно для компаний, зарегистрированных на Фондовой бирже. В этом случае компании заинтересованы рассчитывать ряд показателей, используемых в данных моделях.

Но большинство малых и средних предприятий не вычисляют соответствующие показатели, что усложняет процесс оценки глобальных показателей по существующим моделям. Таким образом, необходимо разработать жизнеспособную, удобную в использовании модель для малых и средних компаний.

При проведении исследования, главная цель которого – оценить уровень устойчивости компаний Республики Молдова, была разработана собственная модель для расчета глобальной эффективности экономической единицы, охватывающая экономические, социальные и экологические показатели.

Для проведения сравнительного анализа результатов, полученных компаниями Республики Молдова, была предложена классификация предприятий в 5 уровнях, в соответствии с которыми оценивается устойчивое развитие.

Определение собственных показателей компании было проведено путем опроса, посредством структурированного интервью, а также финансовых отчетов компаний за 2016 и 2017 годы. Опрос был проведен в офисах компаний в течение нескольких месяцев, с января по апрель 2018. В интервью приняли участие представители руководства предприятий.

Опрос проводился на 28 молдавских предприятиях. Основным критерием выбора компаний была их принадлежность к различным областям деятельности, а также и разнообразие размеров предприятий. Это разнообразие, необходимо исходя из специфики исследования, так как важно проанализировать применимость модели в различных секторах деятельности и определить соответствие между предлагаемыми показателями и достигнутыми результатами деятельности компании.

Таким образом, 46 % от общего числа предприятий представляют крупные компании, а доля малых и средних предприятий составляет – 54 %. Анализируемые компании относятся к 10 отраслям деятельности, причем большинство компаний занимаются производством, оптовой и розничной торговлей, транспортировкой и хранением, гостиничным и ресторанным бизнесом. Все данные были внесены в программу статистического анализа SPSS. Для применения модели были рассмотрены основные области оценки предприятия: экономическая, социальная и экологическая. В каждой области были определены конкретные критерии, имеющие определенный вес в пределах заданного максимального балла и с учетом коэффициента важности, соответствующего каждому критерию.

Принимая во внимание специфику и условия экономики Республики, Молдова, для определения экономической эффективности предприятия, мы использовали набор из шести показателей которые оценивались по пяти бальной шкале.

Учитывая, что действия в социальной области в значительной степени являются добровольными и могут быть разнообразными, социальные показатели были структурированы на пять видов обязанностей по отношению к основным стейкхолдерам компании. В попытке структурировать эту обширную область были выбраны те стейкхолдеры, с которыми взаимодействует большинство компаний, независимо от их сферы деятельности: сотрудники, потребители, сообщество.

В рамках каждого вида обязанностей были выделены пять видов действий, которые чаще выполняются компаниями, но позволяя респондентам, при необходимости, добавить своё собственное предложение.

Экологические показатели в предлагаемой модели также были структурированы на пять видов корпоративной ответственности в отношении охраны окружающей среды. В свою очередь, каждый вид ответственности состоял из пяти действий, которые возможно предпринять в данной области. Исходя из того, что компании могут добровольно осуществлять неограниченное количество действий по собственной инициативе, организация по своему усмотрению могла дополнить ряд этих действий.

Определив экономические, социальные и экологические показатели, был произведен расчет глобальной эффективности предприятия и определен соответствующий уровень устойчивого развития. В зависимости от результата, компании присваивается определенный уровень устойчивости, от 1 до 5.

Результаты исследования на предприятиях Республики Молдова показывают, что есть предприятия – 10,7 % из общего количества, которые характеризуется самым низким уровнем устойчивости. В их случае неблагоприятная экономическая ситуация сосуществует с отсутствием действий, направленных на общество и окружающую среду.

Равное количество экономических единиц, 42,9 %, относится ко второй и третьей степени устойчивости. Это свидетельствует о том, что отечественные компании начинают более позитивно относиться к устойчивому развитию, но эти действия не рассматриваются на должном уровне, и не интегрируются в организационные стратегии. Только 3,6 % опрошенных

компаній набрало кількість баллів, дозволяюче їм відноситися до четвертому рівню стійкості. Ні одна з включених в опитування компаній, не накопила потрібного показателя для вищого рівня стійкості.

Особливий інтерес представляє аналіз рівня стійкості з урахуванням розмірів компаній. В дослідженні підкреслюється, що частка малих і середніх підприємств зменшується по мірі збільшення рівня стійкості, а для великих підприємств ситуація змінюється на протилежну. На IV-му рівні стійкості 100 % компаній є великими, на III-му рівні – 75 %, на II-му рівні – 25 %, а на першому рівні немає ні одного великого підприємства.

Таким чином, використання моделі оцінки стійкості бізнесу може дати нам багато практичних переваг, а саме: порівняльний аналіз глобальної ефективності діяльності компанії; визначення рейтингу компанії за рівнем стійкості; а також виявлення сильних і слабких сторін компаній для стійкого розвитку. Оцінка рівня стійкості компанії є важливим інформаційним ресурсом, який дозволяє оптимізувати процес стратегічного планування і інші аспекти управління організацією, покращуючи взаємовідносини з стейкхолдерами.



Свистільник В. Ю.

Київський національний торговельно-економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИПУ

На сучасному етапі суспільного розвитку неможливо не звернути увагу на зростаючу роль інформації та знань, що стали причиною формування нового виду економічної системи – інформаційної економіки.

Інформаційна економіка являє собою абсолютно новий тип економіки у якому вирішальну роль у формуванні валового внутрішнього продукту відіграє інформація та процес її обробки. Роль ручної праці в інформаційній економіці відходить в минуле, а людина стає цінною як носій інформації та знань. Для інформаційної економіки характерними є інновації та підприємництво, формування демократії та збільшення робочих місць у абсолютно нових галузях.

Проте, не дивлячись на значні переваги, як для будь-якого іншого типу економічних систем для інформаційної економіки є притаманними і свої суттєві недоліки. Серед яких вирішальну роль відіграють значний розподіл населення (адже цінними стають професії, пов'язані з розумовою діяльністю, тоді коли всі інші відходять на другий план) та інформаційна асиметрія.

Інформаційна асиметрія – це так званий ринковий провал або ж фіаско ринку, тобто ситуація під дією якої він не спроможний повноцінно виконувати одну або більше своїх функцій, що зумовлює необхідність втручання з боку регулюючих органів державної влади.

Інформаційна асиметрія – як ринковий провал, зумовлена інституціоналізацією множинності неефективних ринкових рівноваг, породжених намаганнями кожної із сторін трансакції до експлуатації нерівномірності розподілу інформації між контрагентами з одного боку, та протидії відповідній експлуатації, з іншого, що призводить до збільшення суспільно неефективних витрат.

Явище інформаційної асиметрії може мати як об'єктивний характер, виникаючи на ринках всупереч рівномірному розподілу ресурсів і можливостей щодо просування власного товару, так і суб'єктивний – наприклад, коли окремі суб'єкти господарювання, володіючи та користуючись своєю ринковою владою, свідомо й агресивно просувають менш якісний товар з метою мінімізації власних витрат та максимізації прибутку [1].

Інформаційна асиметрія залежно від типу суб'єкта ринкових відносин, який піддається безпосередньому впливу має три основні напрями поширення: вертикальний (виробник – кінцевий споживач), горизонтальний (конкурент – конкурент) та регуляторний (держава – виробник – кінцевий споживач).

Що стосується впливу інформаційної асиметрії на кінцевого споживача, то здебільшого він здатний проявлятися у виникненні ефекту несприятливого відбору.

Ефект несприятливого відбору – ситуація, коли товари різної якості продаються по однаковій ціні. Оскільки споживачі чи продавці не мають достатньої кількості ресурсів та обмежені в часі для пошуку необхідної для здійснення правильного вибору інформації. Відсутність необхідного для прийняття оптимального рішення об'єму інформації стає свідомим вибором споживача.

Ефект несприятливого відбору далеко не єдиний випадок, коли суб'єкт усвідомлено чи, можливо, напівусвідомлено обирає певний товар або виконує дії, що можуть призвести до певних втрат з його боку. Теж саме стосується і так званого морального ризику або ризику безвідповідальності.

Ризик безвідповідальності можна охарактеризувати як усвідомлені ризикові дії суб'єкта ринкових відносин, які призводять до певних втрат на які він готовий піти з метою отримання більшої вигоди.

Наслідками інформаційної асиметрії для конкурентів часто стає збільшення трансакційних витрат. З метою подолання інформаційного бар'єру суб'єкти господарювання змушені збільшувати витрати, пов'язані із отриманням та обробкою інформації, – трансакційні витрати. Таким чином боротьба за достовірну інформацію на ринку в результаті стає наслідком зростання ціни товару, що впливає на купівельну спроможність кінцевого споживача.

Однією з найбільш поширених ілюстрацій поширення інформаційної асиметрії регуляторним каналом є активне лобіювання державою інтересів обмеженого кола осіб.

Регуляторний канал поширення інформаційної асиметрії може бути коротким, якщо він охоплює лише двох суб'єктів – регулятора та об'єкт регулювання. Він може бути довгим, якщо містить окрім них ще й множини посередників, що виступають лобістами прийняття відповідного регуляторного рішення. Але поширення ефектів інформаційної асиметрії цим каналом завжди є багатовекторним, оскільки прийняті державним регулятором рішення впливають на кожного члена суспільства у межах, окреслених за висловом Д. Нортона «здатністю обкладати податком інших» [2, с. 492].

Таким чином, інформаційна асиметрія (як і будь-який інший тип інформації) дифузійно поширюється на ринку, проникаючи в усі можливі моделі ринкових взаємовідносин. Існує безліч наслідків поширення інформаційної асиметрії на ринку, серед яких збільшення ціни на кінцевий продукт, несприятливий вибір, ризик безвідповідальності, недобросовісна конкуренція, фантомна диференціація товару тощо. Крім того, за виняткових умов вона також здатна стати причиною абсолютної неспроможності того чи іншого ринку. Наслідки інформаційної асиметрії переплітаються, плавно переходячи від одного учасника ринкових відносин до іншого, що часто стає результатом деформації не лише окремих локалізованих ринків та галузей, а й економіки країни в цілому. Держава, основним завданням якої є протидія поширенню інформаційної асиметрії, не лише контролює ситуацію, а й здатна активно лобіювати її поширення.

Список використаних джерел:

1. Крепс Д. М., Уилсон Р. Репутация и несовершенная информация. В : Вехи экономической мысли, т.5, 2003.
2. Шаститко А. Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е. изд., перераб. и доп. М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. 591 с.



Серіков А. В., канд. фіз.-мат. наук, професор,
Харківський національний університет будівництва та архітектури

УПРАВЛІНСЬКА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЗАЦІЇ ЯК ЗБУДНИК НОВИХ ЗАПИТІВ ДО ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Термін «стратегізація» останнім часом все ширше використовується із різних приводів (див., наприклад, [1; 2]), але за замовчуванням в ньому міститься практично незмінне змістовне навантаження, що позначає втілення уявлень про стратегію у найрізноманітніших напрямках людської діяльності. У найширшому сенсі під стратегією розуміють, як правило, план або модель довгострокового розвитку справи [3, С. 27]. Між тим, сучасність, завдяки поширенню інформаційних технологій (ІТ), наближує «горизонти бачення» перспектив, а з ними і змін будь-якої справи. За таких умов замість оперативного необхідно імплементувати стратегічне управління справами на всіх їхніх рівнях. За суттю це є стратегізація.

Щоб стратегізація була ефективною (результативною, продуктивною та рентабельною), майже всі відомі технології стратегічного управління необхідно «оздоблювати» інформаційно-комп'ютерними технологіями. Місця їхньої можливої інсталяції можна розгледіти у так званому Форсайт-ромбі на рис. 1.



Рис. 1 – Форсайт-ромб [4, С. 63].

Форсайт (від англійського *foresight* – передбачення), зарекомендував себе в якості найбільш ефективного інструменту вибору пріоритетів у процесі планування довгострокової діяльності в різноманітних сферах [4]. Поєднаний із інструментами стратегічного управління, Форсайт, місце якого в системі управління наведено на рис. 2, дозволяє вдало впоратися з проблемами, що породжуються швидкими змінами в зовнішньому та внутрішньому середовищі суб'єктів господарювання. Це стає можливим за рахунок всеосяжного, системного аналізу можливих подій, що виникають в процесах господарювання.



Рис. 2 – Місце Форсайта в стратегічному управлінні (авторська розробка)

Ступінь стратегізації управління значною мірою буде визначатися частотою продуктивних звернень до Форсайту впродовж, наприклад, одного року в життєдіяльності господарюючого суб'єкту. Гідні показники тут неможливі без застосування ІТ. Так, дослідження системної динаміки, агентської поведінки на будь-яких ринках, логістичних проблем у суб'єктів господарювання потребують, наприклад, звернення до ІТ-продукту *AnyLogic* [5]. Виключно таким чином можна «програти» на комп'ютері за обмежений час достатню кількість можливих сценаріїв розвитку подій у внутрішньому та зовнішньому середовищах суб'єкту господарювання.

Вище викладене підштовхує до таких висновків: (1) поширення присутності ІТ в соціально-економічних сферах життєдіяльності людини скорочує горизонти планування господарської діяльності і породжує явище під назвою «стратегізація»; (2) стратегізація управління потребує все ширшого застосування ІТ із новим змістовним наповненням. Тобто стратегізація управління виступає в якості збудника нових запитів (розробок) до інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Вовканич С. Стратегізація української національної ідеї у формуванні ідеологічних засад державотворення [Текст]. *Народознавчі зошити*. 2015. № 1(121). С. 45–57.
2. Ковальчук С. В.; Забурмеха Є. М. Маркетингове забезпечення стратегізації управління персоналом підприємства [Текст]. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: «Економічні науки». 2017. № 4. С.162–170.
3. Гершун А. М., Горский М.И. Технологии сбалансированного управления. [Текст]. М. : Олимп-Бизнес, 2005. 413 с.
4. Поппер Р. Мониторинг исследований будущего. [Текст]. *ФОРСАЙТ*. 2012. Т. 6. № 2. С. 56–75.
5. Маликов, Р. Ф. Практикум по имитационному моделированию сложных систем в среде AnyLogic 6 : учеб. пособие. [Текст]. Уфа : Изд-во БГПУ, 2013. – 296 с.



ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЗВО

Управління маркетинговим потенціалом закладів вищої освіти – процес, що покликаний оперувати інформацією на рівні організації та освітнього простору. Виходячи з отриманих даних стану внутрішнього та зовнішнього середовища, кожен суб'єкт ринкових відносин ухвалює відповідні рішення щодо подальшої діяльності. Так, цільова аудиторія закладів вищої освіти орієнтується на Інтернет-ресурси, відгуки випускників та інших персон, що пов'язані з навчальною установою. Інформація про діяльність освітньої установи, що потрапила за межі її стін є тим важелем, який впливає на попит та громадську думку. Відповідно до настрою цільової аудиторії та аналізу освітнього простору заклад вищої освіти здійснює управління маркетингом та потенціалом. Так, обмін інформацією відіграє важливу роль у діяльності менеджмент-персоналу, а також впливає на рівень компетентності управлінських рішень.

Метою тез є обґрунтування ролі інформації, та важливості її розповсюдження закладом вищої освіти у кількісних показниках під час здійснення процесів управління маркетинговим потенціалом. Особливістю становлення сучасного суспільства є піднесення важливості інформації та знань. Саме ці дві категорії прямо та опосередковано здійснюють вплив на загальну конкурентоспроможність будь-якої системи, що у підсумку визначають ступінь її адаптивності до змін умов функціонування.

Вищий навчальний заклад є відкритою системою, адже відбувається постійна взаємодія із зовнішнім середовищем. Потоки даних, що формуються ззовні, створюють підґрунтя для формування вхідної інформації, яка є основоположною в управлінській діяльності. Найбільша частина такої інформації приходить на цільову аудиторію, за допомогою якої і формується бачення зовнішнього середовища і вектор його розвитку. За допомогою опитувань, анкетувань та інших засобів комунікації персонал, що займається управлінням маркетинговим потенціалом створює власну базу знань, що відповідає вимогам сьогодення та запитам потенційних покупців освітніх послуг.

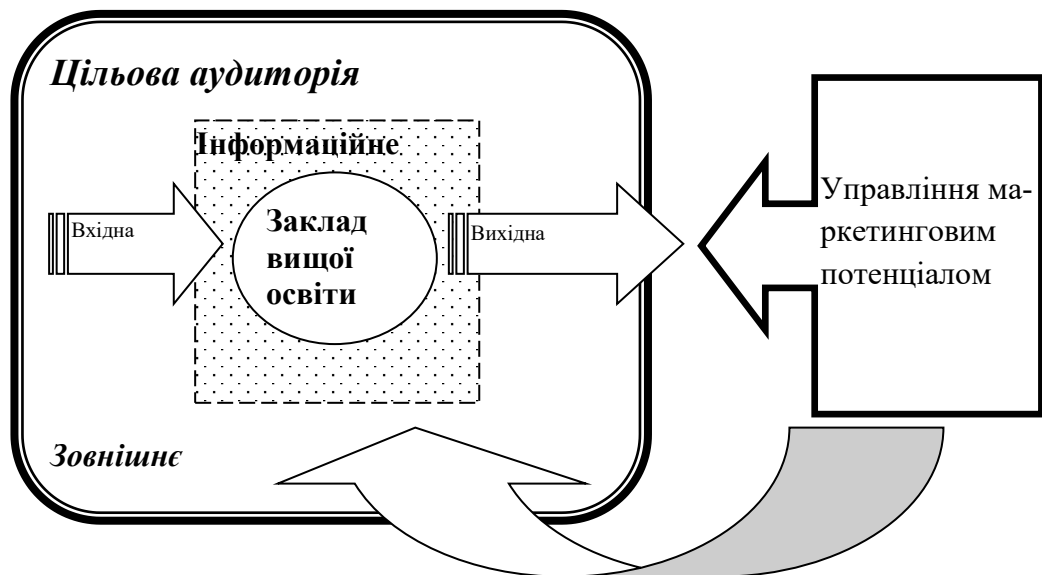


Рис. 1 - Вплив управління маркетинговим потенціалом на інформаційне поле закладу вищої освіти

Процес, що слідує після отримання інформації можна назвати «акумуляційним». Його сутність полягає в тому, що менеджер, який відповідає за маркетинг та його потенціал, повинен довести до керівників вищої ланки настрої цільової аудиторії та стан освітнього простору.

Як результат, заклад вищої освіти впроваджує нові освітні програми, курси підвищення кваліфікації, покращує умови навчання, насичує студентське життя та займається іншими методами заохочення покупців освітніх послуг. Таким чином, здійснюючи зміни у функціонуванні організації під впливом екзогенних факторів управління маркетинговим потенціалом, організація акумулює усі ресурси та потенційні можливості для досягнення власних цілей. Зміни, що вже відбулися у закладі вищої освіти, доносяться до цільової аудиторії, і на цьому етапі управління вкрай важливо «оцифрувати» вихідну інформацію. Тобто, дані повинні дійти до покупців освітніх послуг у точних цифрах і фактах, адже людська свідомість найкраще сприймає інформацію виражену у вартісних або натуральних показниках та довіряє їй. Так, потенційного абітурієнта може зацікавити не вислів «Ми найкращі на ринку освітніх послуг!», а кількість випускників, що вдало працевлаштувалися, кількість додаткових програм, що можливо освоїти паралельно з навчальним процесом, кількість гуртожитків та їх адреса, кількість студентів, що відряджалися за кордон на практику та інше. Таким чином, створюється інформаційне поле (Рис. 1) з кількісним вираженням результатів діяльності освітньої установи, позитивним результатом якого є якісна характеристика функціонування закладу.

У контексті вищезазначеного зробимо такий висновок: управління маркетинговим потенціалом здійснюється за допомогою інформації і завдяки її формуванню; позитивне інформаційне поле створює передумови для посилення конкурентоспроможних позицій; процес управління інформаційними потоками є невід'ємною частиною управління маркетинговим потенціалом; інформація є підґрунтям, результатом та засобом управління маркетинговим потенціалом вищого навчального закладу.



*Стихи Людмила, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента,
Экономическая Академия Республики Молдова, Кишинёв*

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В НАПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ

В последние годы охрана окружающей среды стала глобальным приоритетом, а каждое государство обязано развить собственную законодательную и исполнительную систему по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития. В Республике Молдова, Постановлением Правительства № 160 от 21.02.2018 была утверждена **Программа по продвижению «зеленой» экономики в Республике Молдова на 2018 – 2020 годы и План действий по ее внедрению**. В Плате действий по внедрению **Программы по продвижению «зеленой» экономики в Республике Молдова на 2018 – 2020 годы** обозначены 11 конкретных целей, которые предстоит осуществить. По большому счету ответственность за каждую из целей возложена на министерства и публичные учреждения. Организации по развитию сектора малых и средних предприятий (ОРМСП) поручено выполнить Цель 3: *Обеспечение к 2020 году экологизации приблизительно 30 % малых и средних предприятий посредством надлежащей поддержки внедрения принципов «зеленой» экономики*. В Республике Молдова сектор МСП охватывает 98,7 % общего числа предприятий, в том числе семейный бизнес. Хотя в Республике Молдова концепт семейного бизнеса не определен на законодательном уровне, к семейному бизнесу можно отнести такие виды деятельности как частный предприниматель и крестьянские (фермерские) хозяйства. В соответствии со статистическими данными, в 2017 году в стране осуществляли деятельность около 55 690 частных предпринимателей [1] и около 3 215 крестьянских (фермерских) хозяйств с площадью сельхозугодий в 10 га и более в 2016 году [2]. В настоящее время сегмент семейного бизнеса можно обозначить преимущественно на базе этих двух форм предпринимательской деятельности.

Проблема экологизации МСП в Республике Молдова обсуждалась долгое время. По инициативе Европейской комиссии «Экологизация экономик в странах Восточного соседства»

(EaP GREEN) в 2014 году Национальный институт экономических исследований Молдовы (НИЭИ) провел опрос «Продвижение улучшения экологической эффективности МСП», в рамках которого были опрошены 400 компаний. К основным выводам данного исследования относятся следующие: малые и средние предприятия в Молдове недостаточно проинформированы о воздействии, которое они оказывают на окружающую среду, и не понимают в полной мере, что экологизация бизнеса способна принести им преимущества в плане конкурентоспособности; информацию относительно требований в плане охраны окружающей среды они получают непосредственно у экологических инспекторов во время их посещений (60 %); Большинство компаний-респондентов (63 %) не использует системы экологического менеджмента или же экологические стандарты; отсутствие финансовых ресурсов (32,8 %); затратность мер по защите окружающей среды (24,3 %); Сложность административных процедур (28,0 %); Отсутствие специфических природоохранных навыков (12,5 %) [3].

Чтобы решить проблему отсутствия или недостаточности информации относительно окружающей среды и обеспечения устойчивого развития в 2018 году нами было произведено исследование «Степень восприятия принципов «зеленой» экономики малыми и средними предприятиями». Его цель заключалась в изучении уровня информированности и знаний МСП насчет принципов «зеленой» экономики, а также в выявлении действий, которые надлежит осуществить организациям по оказанию поддержки, для того чтобы повысить степень информированности и восприятия малыми и средними предприятиями, и в частности представителей семейного бизнеса, необходимости охраны окружающей среды. Почему семейного бизнеса, потому что их видение бизнеса ориентировано на более долгосрочный период (что соответствует и принципам зеленой экономики), они в большей степени ориентированы на создание и консолидацию имиджа компании, также эти фирмы более социально направленные, чем несемейный бизнес.

Основные результаты и выводы данного исследования, следующие:

1. Для 54 % из респондентов не известно понятие «зеленая» экономика», а остальные 46 % респондентов, только слышали о таком понятии;

2. Респонденты, заявившие что им известно понятие «зеленая» экономика», обозначили, что оно относится к: охране окружающей среды – 12,7 %; эффективному использованию природных ресурсов – 9,5 %; как можно более экологичному осуществлению хозяйственной деятельности – 9,5 %;

3. Относительно ответственности за охрану окружающей среды в их населенном пункте, 71 % респондентов назвали мэрию, 66,6 % указали местных жителей и 63,5 % считают, что ответственность за охрану окружающей среды в их населенном пункте несет Государственная экологическая инспекция [Каждый респондент мог выбрать не более трех вариантов ответа]. Только 41 % респондентов заявили, что предприятия, осуществляющие деятельность в их населенном пункте, должны нести ответственность за охрану окружающей среды;

4. Такое ошибочное восприятие малых и средних предприятий о своем участии в охране окружающей среды объясняется ими же двумя основными причинами: отсутствием информации о системе экологического менеджмента и недостатком финансовых ресурсов;

5. По мнению респондентов, к трем главным преимуществам компании, которая внедряет принципы «зеленой» экономики, относятся: улучшение качества выпускаемой продукции, повышение имиджа предприятия и возможность экспортировать продукцию в большее количество стран.

6. Почти все респонденты полагают, что им необходимы дополнительные знания относительно «зеленой» экономики. К главным направлениям, в которых респондентам хочется получить больше знаний насчет «зеленой» экономики, относятся: существующие программы поддержки, подробности относительно принципов «зеленой» экономики, стандарты, которые следует соблюдать, и методы внедрения принципов «зеленой» экономики.

7. Наиболее эффективными методами информирования предпринимателей относительно «зеленой» экономики, по мнению респондентов, являются: семинары или круглые

столы, рекламные ролики по ТВ и передачи, веб-страницы ответственных учреждений и социальные сети, а также обучающие мероприятия в данной области.

Выводы. Изучив результаты исследования, проведенного в 2014 году НИЭИ, и результаты данного исследования, проведенного в 2018 году, мы пришли к выводу, что степень информированности и восприятия принципов «зеленой» экономики малыми и средними предприятиями **не отличилась положительной динамикой**. В целях пропаганды и повышения уровня понимания и знаний принципов зеленой экономики необходим комплексный подход. Массовое информирование МСП, местных органов власти и населения о принципах «зеленой» экономики должно стать для профильных учреждений одним из незамедлительных приоритетов. Также необходимо группировать информацию и разрабатывать целенаправленные послания в зависимости от целевой группы и видов деятельности. Для более эффективного результата необходимо комбинировать различные методы информирования, как дистанционного, так и межличностного, и увеличить доступность информации к целевым группам.

Список используемой литературы:

1. Государственная регистрационная палата. URL: <http://www.cis.gov.md/statistica#a>
2. Сельскохозяйственная деятельность мелких сельхозпроизводителей в Республике Молдова в 2016 году (результаты статистического обследования). URL: http://www.statistica.md/public/files/publicatii_electronice/Activitatea_agricola/Activitatea_agricola_2017.pdf
3. Новак Александра. Проект «Содействие улучшению экологических показателей малых и средних предприятий (МСП)». URL: https://ince.md/ro/relatii_internationale/proiecte_internationale/402-proiectul-promovarea-mbuntirii-performanei-de-mediu-a-ntreprinderilor-mici-i-mijlocii-imm.html



*Філінішин І. В., д-р екон. наук, доцент,
Гулий Д. В.*

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Більшість компаній має серйозні проблеми інтегрованого використання даних кінцевими користувачами, оскільки застосовують різноманітні інструментальні засоби підготовки, обробки і перетворення інформації: Excel, Access, текстові редактори, графічні додатки та інші. Окремі дані формуються за допомогою однієї платформи, але їх споживання відбуватиметься на інших. Для цього часто користувач вимушений обробляти їх вручну, застосовуючи, зокрема, агрегатні формули або звітні таблиці Excel. Оскільки послідовність дій під час обробки кожного з джерел може відрізнятись, то процес перетворення даних стає дедалі вкрай трудомістким і кожного разу вимагає уважного аналізу даних для подальшого їх перетворення.

Виконання рутинної праці негативно впливає на продуктивність роботи співробітників, оскільки така праця дуже втомлює фахівців, які, доречі, мають спеціальні знання в галузі інформаційних технологій, і так демотивує їх у процесі виконання своїх функціональних обов'язків. Непродуктивні процеси, у свою чергу, розчаровують вище керівництво, яке в умовах відсутності доступу до оперативної інформації не здатне ухвалити ефективні бізнес-рішення. Підприємства не можуть дозволити собі продовжувати роботу в додатках, які не пов'язані або занадто складні для трансформації інформації з однієї платформи на іншу.

Рішенням проблеми може стати використання методів і інструментів Business Intelligence, які забезпечуватимуть перетворення оперативної ділової інформації в стандартизовану форму, придатну для сумісної роботи з нею і подальшого бізнес-аналізу.

Термін «Business Intelligence» вперше був введений в 1958 році Хансом Пітером Луном – дослідником з IBM. Він визначив цей термін так: «Здатність виявляти зв'язки між представленими фактами, які дозволять направляти дії для досягнення поставленої мети» [1].

У сучасній літературі акцент зміщений в сторону практичного застосування інформаційних технологій Business Intelligence на підприємствах, тому за допомогою вказаного терміну позначають спеціальні комп'ютерні методи та інструменти для організацій, що забезпечують перетворення сирової (різнорідної) ділової інформації в форму, придатну для бізнес-аналізу, а також засоби для масової роботи з такою обробленою інформацією. Часто додатки Business Intelligence позиціонують як інформаційну систему керівника (executive information systems, EIS) або систему підтримки прийняття рішень (decision support systems, DSS) і навіть систему бізнес-інтелекту.

Аналітична компанія Gartner опублікувала магічний квадрант платформ систем бізнес-аналітики. За її даними у лютому 2018 року залишили конкурентів далеко позаду і стали лідерами – Microsoft, Qlik і Tableau.

Особливим є прогрес Microsoft, рішення якого Power BI, засноване на хмарних обчисленнях, машинному навчанні і голосовому інтерфейсі Cortana, що виявилось досить потужним і простим для користувачів[2]. Наприклад, Power BI має безліч вбудованих конекторів до різних сервісів і баз даних. На сьогодні доступні конектори умовно можна розподілити на чотири групи.

1 Група «Файл»: Excel; CSV; XML; текст; JSON; Папка;

2 Група «База даних»: SQL Server; Access; SQL Server Analysis Service; Oracle; IBM DB2; MySQL; PostgreSQL; Sybase; Teradata; SAP HANA;

3 Група «Azure»: База даних Microsoft Azure SQL; Microsoft Azure Marketplace; Microsoft Azure HDInsight; Сховище BLOB-об'єктів; Табличне сховище Microsoft Azure; Azure HDInsight Spark; Microsoft Azure DocumentDB;

4 Група «Інше»: Інтернет; Список SharePoint; Файл Hadoop; Active Directory; Dynamics CRM online; Facebook; Google Analytics; Об'єкти Salesforce; Звіти Salesforce; ODBC; R-скрипт; GitHub; MailChimp; Marketo; SQL Sentry; Порожній запит.

Вони забезпечують швидке завантаження потрібних наборів даних з різних джерел, формування між ними необхідних зв'язків і побудову консолідованої звітності і діаграм.

Такий підхід до побудови інтегрованої інформаційної системи підприємства дозволяє встановити реляційні зв'язки між первісно неструктурованими даними і застосувати потужний механізм математичних обчислень, який робить бізнес-моделювання даних більш швидким і розумним. Це означає, що кінцеві користувачі працюватимуть вже з попередньо опрацьованою інформацією і оперуватимуть даними, агрегованими на більш високий рівень. Це не тільки вивільняє їх від рутинної праці, мотивуючи виконувати більш інтелектуальні завдання, але і значно збільшує якість і швидкість отримання очікуваних звітів діяльності підприємства.

Таким чином, підприємства, що активно використовують у своїй діяльності технології Business Intelligence, зможуть отримати додаткові конкурентні переваги і значно змістити свої позиції на ринку. Цим вищезазначені проблеми пояснюють актуальність теми.

У результаті проведеного дослідження, відповідно до поставленої мети, були відібрані та розглянуті тематична література та електронні джерела, визначені основні поняття і компоненти сучасних інформаційних технологій. Так поняття «інформаційна технологія» – це структурована певним чином інформація, що наділена такими властивостями: доцільність, наявність компонентів і структури, взаємодія із зовнішнім середовищем, цілісність, розвиток у часі.

Досліджено склад інформаційних процесів і роль інформаційних технологій у процесах перетворення інформації, розглянуті сучасні підходи та інструменти аналізу даних. З'ясовано,

що інформаційні технології беруть участь в процесах перетворення інформації і для цього використовують різні методи збирання, обробки, зберігання, поширення, показу і використання інформації в інтересах її користувачів. Методи аналізу інформації сильно залежать від джерела та форми.

Для забезпечення швидкого і якісного застосування інформаційних технологій необхідно віддавати перевагу автоматизованій обробці даних. Для цього необхідно підібрати найбільш оптимальні інструменти підтримки інформаційних процесів. Використання автоматизованих аналітичних сервісів дозволяє сформувати оптимальну стратегію бізнесу і збільшити конверсії пропонованої продукції. Для цього можна використати інструменти Business Intelligence, що в ході виконання бізнес-процесу оперативно вирішують завдання агрегації, інтеграції та інтерпретації даних з різномірних джерел з метою перетворити їх в зручну для прийняття рішень інформацію.

Список використаних джерел:

1. Luhn H. P. A Business Intelligence System. IBM Journal. October, 1958.
2. Gartner magic quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms. Sisense, 2018. URL: www.sisense.com/gartner-magic-quadrant-business-intelligence.



*Щербіна О. С., канд. екон. наук,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Асиметрія інформації є однією з ключових економічних концепцій і пов'язана з тим, що у процесі ринкової взаємодії одна зі сторін володіє більшою інформацією, ніж інша.

Вперше властивість асиметрії інформації була окреслена в працях К. Ерроу, а фундаментально проаналізована в роботах Нобелівських лауреатів з економіки Дж. Акерлофа, М. Спенса та Дж. Стігліца.

Асиметрією інформації є нерівномірний розподіл між учасниками ринку інформації про умови здійснення ринкової угоди та наміри один одного. Завдяки їй один учасник угоди може зловживати непоінформованістю контрагента. Подібні ситуації характерні для багатьох сфер у бізнесі, зокрема для страхування, кредитування, продажу товарів та послуг, якість яких складно оцінити до покупки. [1]

Під час розгляду ринкових транзакцій неоднаковість інформаційної насиченості може призводити до переваг однієї сторони над іншою через брак в останньої повної інформації про предмет транзакції. На ринках товарів продавець знає, як правило, більше про товар, ніж покупець. На ринках кредитних ресурсів кредитор часто не повністю проінформований щодо цілей позичальника та його фінансового стану. У процесі взаємодії інвесторів та емітентів на фондовому ринку асиметрія інформації виникає у результаті нерівномірного доступу до інформації різних учасників ринку. Наприклад, емітенти цінних паперів, як правило, володіють більшою інформацією, ніж інвестор, який розглядає можливість їх купівлі. Професійні учасники ринку (брокери, дилери та ін.) також більш поінформовані, ніж звичайні інвестори, що ставить їх у вигідне становище.

Інформаційна асиметрія тою чи іншою мірою присутня на всіх ринках. На предмет інформаційної асиметрії найкраще вивчені ринки праці, медичних послуг, страхування, і особливо фондові ринки, насамперед через найбільшу доступність повноцінної інформації про стан ринку. У той же час деякі ринки є недостатньо дослідженими.

Інформаційна асиметрія є внутрішньо властивою ознакою ринку, питання лише в ступені асиметрії інформації, так як від цього буде залежати її вплив на функціонування ринку в цілому та підприємства зокрема. Адже інформаційна асиметрія модифікує поведінку споживачів і стратегію фірм, позначається на конкуренції, на ефективності функціонування ринку та діяльності окремого підприємства. Інформаційна асиметрія також може створюватися навмисне, коли певний продавець або група продавців, поділивши між собою частини ринку за попередньою згодою, пропонують менш якісні послуги. Такі дії призводять до того, що гірші послуги будуть продаватися у більших кількостях.

Традиційно серед ключових негативних ефектів асиметричного розподілу інформації виділяються [2]:

- негативний відбір (несприятливий відбір – проблема якості) – на ринку представлені товари різної якості, відомості про які доступні продавцям, але не покупцям, тобто продавцям стає вигідно пропонувати більш дешевий товар низької якості за ринковою ціною. Як результат, на ринку починають переважати товари низької якості, що суперечить основним принципам концепції TQM, які орієнтовані на задоволення потреб споживача;

- моральний ризик – здійснена угода (операція) впливає на подальшу поведінку економічного агента;

- проблема додаткових витрат, пов'язаних із верифікацією стану товару або послуги;

- проблеми із залученням додаткових джерел фінансування (на ринку кредитування);

- завищені трансакційні витрати;

- неефективне ціноутворення (виникнення «інформаційної ренти», тобто різниці між більш високою ціною, можливою завдяки інформаційній перевазі продавця, і ціною, що має місце в ідентичній ситуації, але без інформаційної нерівності).

Міжнародний досвід свідчить про те, що високих позицій на ринку досягають компанії, товари та послуги яких відповідають світовому рівню якості.

Необхідно розуміти, що ніяка послуга не може бути нав'язана споживачу. Клієнт повинен мати можливість вибору. Послуга тільки тоді буде по-справжньому якісною, коли споживач має можливість вибрати для себе тільки дійсно необхідні йому операції з усього широкого спектру пропонованих послуг.

Але асиметрична інформація на ринках стає можливою завдяки тому, що ніхто не може виокремити ринок із неякісною та якісною продукцією. Може статися так, що розмір прибутку продавця низькоякісних послуг виявиться більше прибутку продавця високоякісних послуг, а продавці якісних послуг будуть отримувати низький прибуток або зазнавати збитків, через що будуть змушені піти з ринку або, що найімовірніше, знижувати якість пропонованих послуг.

Подібна ситуація неминуха за будь-якого типу очікувань покупця. Коли його очікування пов'язані з тим, що на ринку переважають низькоякісні послуги, він все одно буде керуватися тим же принципом прийняття рішення – купувати більш дешеві послуги.

Якщо покупець неспроможний виявити дійсну якість послуги під час покупки, то він може зробити це в процесі її споживання. Якщо якість послуги визначається в процесі її споживання, то це дає змогу покупцеві ідентифікувати продавців, і тим чіткіше, чим більше буде повторюваність покупок. Під час повторюваної взаємодії між продавцем і покупцем ступінь асиметрії інформації для покупця знизиться і він зможе диференціювати послуги продавців. [3]

Отже, вплив інформаційної асиметрії на ринку є його прихованою характеристикою, що може спровокувати непередбачувані події, наслідками яких може стати крах ринку, а також втрата деяких гравців, які під впливом інформаційної асиметрії зазнали максимальних збитків.

Формування ринкових сигналів може відбуватися як за участю виключно підприємства, так і за допомогою заходів державних установ та комерційних посередників. При цьому держава повинна займатися більш широкими ініціативами, що створюють умови для усунення інформаційної асиметрії, а підприємство і посередники – конкретними заходами на мікрорівні.

Отже, інформаційна асиметрія може мати як негативний так і позитивний вплив на ефективність діяльності підприємства, що залежить від самого підприємства, його стратегічних і тактичних цілей. Ринок не можна повністю очистити від асиметричної інформації, однак її впливи можна мінімізувати шляхом ринкових сигналів та морального навантаження на виробника. Для «доброчесного» підприємства, що створює і пропонує якісні товари (послуги), асиметрія інформації, фактично є, чинником для активізації інноваційної діяльності.

Так проблема асиметрії інформації набуває особливо важливу наукову і практичну значимість. Все гостріше стає потреба у теоретичних розробках, що дадуть змогу виявити наслідки зростаючого впливу інформації та асиметрії інформації на економічні процеси, а також методів зменшення негативного впливу асиметрії інформації як на суб'єкти ринку, так і на економіку загалом.

Список використаних джерел:

1. Фондовий ринок : підручник. Книга 1. За ред. В. Д. Базилевича. К. : Знання, 2015. 621 с.
2. Мазуренко В. П. Вплив асиметрії інформації на оцінку привабливості зарубіжних електроенергетичних ринків. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/138/119
3. Крисюк Л. М., Москвіченко І. М., Стаднік В. Г. Вплив асиметрії інформації на ринок підприємств транспортних послуг. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/14.pdf>



*Курченко Т. Є., канд. іст. наук, доцент,
Юрченко О. А., канд. іст. наук, доцент,
Національний авіаційний університет, м. Київ*

ДОСВІД ДАНІЙ У ЗБЕРІГАННІ ТА ВИКОРИСТАННІ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Фундаментом становлення інформаційного суспільства є, з одного боку, інформація та знання, інформаційні технології, а з іншого – цілеспрямована інформаційна політика країни. Без цих чинників розвиток держави в умовах сучасної глобалізації світу неможливий. У цьому сенсі значний інтерес становить досвід формування інформаційного суспільства, зберігання та використання інформаційних ресурсів в Скандинавських країнах, зокрема Данії. Незважаючи на те що Данія не належить до високорозвинених країн світу, країна змогла завдяки використанню ІКТ значно посилити свої позиції у світовому господарстві. Данія розпочала розбудову інформаційного суспільства у березні 1994 р., коли уряд країни створив спеціальний Комітет з метою підготовки програми «Інформаційне суспільство до 2000 року» [4]. Успішне прийняття та ефективна реалізація цієї програми привела до того, що Данія є одним з лідерів у розвитку інформаційного суспільства та одним з найбільших експортерів системи електронного урядування в світі. Данії вдалося поєднати ефективно комерційне управління телекомунікаціями зі збереженням державного контролю за власністю та інформаційними ресурсами. У 1993 р. в цій країні було створене окреме міністерство досліджень і комп'ютерної техніки, на яке покладена відповідальність за розробку концептуальних основ і стратегії переходу країни до інформаційного суспільства. Становлення законодавства про право на інформацію відбувалося в цій країні впродовж 19 років. Перший юридичний акт про доступ до офіційних документів було прийнято у Данії в 1964 р. У 1970 р. Датський Парламент прийняв Закон про публічний доступ до документів в адміністративних архівах, який був замінений в 1985 р. Законом про доступ до архівів державної адміністрації [3, с. 109]. Закон поширюється на всю діяльність, здійснювану державною адміністрацією, а також на підприємства електро-, газо- і

теплопостачання. Цей Закон може також бути застосований зацікавленими органами влади щодо деяких компаній, партнерів та інших організацій. У Законі представлено вичерпний список даних, які не підлягають розголошенню.

З 2011 по 2015 рр. у країні вводилася нова урядова стратегія Електронного суспільства на 2011 – 2015 роки [3, с. 110]. Основною метою стратегії стало впровадження програмних рішень як основного способу взаємодії між громадянами та органами влади. Стратегія під назвою «Цифрова дорога до майбутнього процвітання» була спрямована на поступове витіснення паперових форм і поштових пересилань. За рахунок широкого спектра можливостей нова стратегія здатна вирішити завдання з надання електронних рішень для держсектора. Вона включає в себе 60 окремих напрямів роботи, в тому числі: прихильність та інвестиції в ІТ та цифрові навчальні ресурси для початкової освіти; план дій з розповсюдження якісних та ефективних телемедичних рішень, таких як спостереження за пацієнтами, що страждають на діабет, або хронічне захворювання легенів. Це вигідно для хворих, які можуть перебувати вдома в спокійній і комфортній обстановці, а також дозволить скоротити медичні витрати. Ця стратегія продовжує виконуватися відповідно до вимог часу.

У рамках реалізації урядових стратегій та програм у Данії велика увага приділяється зберіганню та використанню документно-інформаційних ресурсів. Одним з перших проектів у цьому напрямку став проект 1999 р., коли головна бібліотека в Оркусі ініціювала організацію спільної бази даних для реєстрації старих фото із фондів музеїв, бібліотек та архівів. Для координації взаємодії різних міст країни був створений спеціальний орган – Комітет ALM. Проект виявився успішним, у результаті було розроблено інформаційну систему з баз даних цифрових фото, модуля адміністрування й користувацького інтерфейсу. У результаті був створений місцевий історичний портал – Historiefyn [2, с. 197]. У 2002 р. спільними зусиллями 9 установ Північної Ютландії у Данії було створено базу даних з матеріалами із бібліотек, музеїв та архівів про історію культури цього регіону – NOKS. За сприяння держави та Комітету ALM. був заснований ще один електронний ресурс – Danishpictures, основу якого складають твори художнього мистецтва [1, с. 99].

Активну роль в процесі зберігання та використання інформаційних ресурсів відіграють бібліотеки Данії. 1 січня 2017 р. Державна і університетська бібліотека в Орхусі та Королівська бібліотека в Копенгагені об'єдналися. Датська національна художня бібліотека і Адміністративна бібліотека також стали частиною цього об'єднання. Ці установи відтепер будуть носити спільну назву – Королівська датська бібліотека. Основними завданнями бібліотеки стали: збереження датської культурної спадщини; поширення культури і досліджень. На сайті нової Королівської датської бібліотеки є розділ «Віддалений доступ». Він означає, що будь-який користувач може отримати доступ до переважної більшості онлайн-ресурсів бібліотеки, таких, як електронні журнали, електронні книги і бази даних незалежно від місця розташування [5]. Ще однією особливістю Данії є створення державної організації під керівництвом Міністерства економічних і внутрішніх справ під назвою «StatBank Denmark». Організація відповідальна за створення статистики на основі опрацювання документно-інформаційних ресурсів за різноманітними аспектами життя. «StatBank Denmark» є електронним банком даних Данії, що доступний безкоштовно для будь-якого користувача. Статистика звернень до банку даних оновлюється щодня. Всі публікації організації можуть бути замовлені через Інтернет. На сайті «StatBank Denmark» інформація поділена на різні категорії: музеї та культурна спадщина; архів; бібліотеки; фільми, книги та ЗМІ; музика та театри; культурні звички та спорт; культура, економіка; національна церква. У цій установі наявна своя бібліотека, що випускає найбільший у Данії статистичний збірник. Бібліотека є основною бібліотекою описової статистики Данії. Також на сайті є можливість задати запитання бібліотекарю онлайн [6].

Отже, сьогодні Данія є офіційно визнаною країною з найбільш позитивними умовами для розвитку інновацій. Це було зафіксовано у Звіті з інформаційних технологій Global Information Technology Report GTR за 2016 рік. На думку спеціалістів, Данія має ряд переваг над іншими країнами, зокрема: швидке розповсюдження нових технологій та інноваційність; безперервне новаторство та висока швидкість прийняття рішень; не авторитарність, а переговори;

спрощення ієрархічних структур. Досвід Данії в побудові інформаційного суспільства може мати теоретичне та практичне значення для інших країн, зокрема й для України.

Список використаних джерел:

1. Мельник М. В. Стратегічні напрямки інформаційної політики Скандинавських країн: досвід для України. *Глобалізаційні та інтеграційні процеси*. 2011. № 2. С. 98 – 106.
2. Ржевська Н. Ф. Особливості становлення інформаційного суспільства в Скандинавських країнах. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Україна в системі глобального інформаційного обміну: теоретико-методологічні аспекти дослідження і підготовки фахівців». Львів, 27 травня 2011 р. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2011. С. 196 – 200.
3. Струнін П. А. Особливості реалізації інформаційної політики в країнах Північної Європи. *Грані*. 2014. №7. С.107-113.
4. INFO-SOCIETY 2000. Report from the Committee on the Information Society by the Year 2000. Copenhagen.1994.123 p.
5. The Royal Library. URL: <http://www.kb.dk>.(дата звернення: 22.05.2018).
6. Statistics Denmark. URL: <http://www.dst.dk/en>.(дата звернення: 22.05.2018).



СЕКЦІЯ 2

ІНФОРМАЦІЙНА ПЛАТФОРМА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

Кіськов В. В.

Київський національний університет культури і мистецтв

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОФІЛЮ

Створення глобального інформаційного простору, забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів, задоволення інформаційних потреб щодо продуктів і послуг.

В умовах сучасних економічних відносин, появи нових форм господарювання, впровадження новітніх інформаційних технологій виникає потреба відповідного кадрового забезпечення, значного підвищення рівня професійної підготовки фахівців, уміння виконувати професійні обов'язки на конкретному робочому місці, використовувати комп'ютерні програми, швидко знаходити необхідну інформацію і приймати відповідальні рішення.

Нині постала суспільна потреба у висококваліфікованих інформаційних працівниках, менеджерах інформаційних систем, керівниках інформаційних служб, від яких значною мірою залежить якісне інформаційне забезпечення всіх інформаційно-комунікаційних процесів.

Сучасна гносеологічна ситуація також вимагає новітнього прочитання змісту вищої освіти і форм її існування, виявлення шляхів вдосконалення організації, сутнісного наповнення, функціонування, проведення експертизи підготовки фахівців з інформаційно-аналітичної діяльності, визначення рівня її відповідності попиту ринку праці, сучасним тенденціям еволюції науки.

Л. Демчина теоретично обгрунтовує проблеми та практично вивчений досвід професійної підготовки фахівців для системи інформаційних комунікацій у сфері державного управління і стверджує, що розвиток системи підготовки фахівців за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна, архівна справа» має певні суперечності між динамічним розвитком у системі вищої освіти та відсутністю наукового аналізу процесів становлення та розвитку підготовки інформаціологів для сфери державного управління на основі виявлення історичних умов походження, подальшого розвитку, характеристик зміни одного рівня функціонування якісно іншим, у історичному контексті та вимірі, у якому вона відбувається.[1]

Якщо порівнювати підготовку фахівців цього профілю в Україні та за її межами, то у вітчизняному досвіді переважають процеси диференціації, а в іноземному – тенденції інтеграції. Інтеграційні тенденції виявляються в об'єднанні декількох споріднених спеціальностей в один ширший освітній напрям. Загальна фундаментальна підготовка фахівців забезпечує мобільність випускників у виборі майбутньої професійної діяльності, переваги на ринку праці через універсальність освіти. [1].

Нині новий фахівець повинен бути готовий до відповідних змін, пов'язаних з євроінтеграцією, та вміти креативно мислити. Для формування векторів інформаційної освіти важливим виступає поєднання глибоких гуманітарних знань, медіаосвіти, технології автоматизованих бібліотечно-інформаційних систем, впровадження різноманітних форм навчання.[2]

Зміни вимагають конкурентоспроможності, професійної й соціальної мобільності, неперервної освіти й професійного, духовного самовдосконалення. Для конкурентоспроможної особистості домінуючою є наявність високого рівня креативного мислення, відомого як здатність відмовитись від стереотипів, поглянути на проблему з іншого боку, готовність прийняти нестандартне рішення. Певним чином можна окреслити параметри, що обумовлюють конкурентоспроможність майбутнього фахівця – це технічні, технологічні, економічні та соціально-організаційні.

Завдання життєздатної особистості – бути компетентною, конкурентоспроможною особистістю, сформувані свої власні смисложиттєві установки. Молоді люди, котрі вступають сьогодні в життя, відчують на собі всі складнощі формування чітких життєвих орієнтирів, які спираються на внутрішньо узгоджену і структуровану систему цінностей. Вони відчують себе особистістю і прагнуть максимальної самореалізації. Найгостріша проблема сьогодні полягає у тому, що молодь далеко не завжди пов'язує своє майбутнє з життям в Україні.

Реалії сьогодні – це ринкова економіка з її невід'ємними мегатрендами: глобалізацією, технологіями та конкуренцією, які знаходяться у складній залежності й обумовлюють динаміку кожного з них. При цьому «технології породжують конкуренцію та прискорюють глобалізацію, яка, в свою чергу, стимулює посилення конкуренції і сприяє появі безробіття взагалі та серед дипломованих фахівців у тому числі». Відчуючи у собі значний внутрішній потенціал, молоді люди водночас низько оцінюють суспільні можливості, які сприяли б їх самореалізації. Компетентність – це інтегрована характеристика якості особистості, яка охоплює знання, уміння, ставлення та досвід, що усвідомлені (рефлексивно) і застосовуються в практичній діяльності особистості. Серед 37 видів «компетентностей» у списку Д. Равена [3, с.150–155] чільне місце посідають: «готовність і здатність навчатися самостійно» та «персональна відповідальність».

Конкурентоспроможність – це новий якісний стан фахівця, який можна віднести до числа стратегічних цінностей, що поряд з орієнтацією на власні сили і наполегливістю сприяють подоланню індивідуальних психологічних бар'єрів, невизначеності в життєвій перспективі, упорядковують всю систему життєдіяльності у нових умовах.

Список використаних джерел:

1. Демчина Л. І. Вища бібліотечно-інформаційна освіта в сучасній Україні: формування документологічної складової : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук з соц. Комунікацій : спец. 27.00.03 «Книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство» Харк. держ. акад. культури. Харків, 2008. 20 с.
2. Сидоренко А. І. Моделі підготовки фахівців бібліотечно-інформаційної сфери: історичний екскурс та сучасні реалії. *Молодий вчений*. 2017. № 4.2. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4.2/17.pdf>
3. Равен Д. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. М. 2002. 201 с.



*Поліщук І. І., канд. екон. наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-
економічного університету*

ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тенденції сучасних ринкових трансформацій підприємницької діяльності, адаптація господарюючих суб'єктів до проявів глобалізації та інтеграційних процесів, обумовлюють необхідність активізації ділової активності підприємств, концентрації зусиль на формуванні та розвитку маркетингового потенціалу.

Історія розвитку ринкових відносин в Україні визначила напрями реалізації маркетингового потенціалу як дієві інструменти не лише виживання українських підприємств, але і розширення сегменту ринку, забезпечення ефективності господарювання, підвищення конкурентоспроможності та розвитку. Результативність та конкурентоспроможність підприємств прямо залежить від того, наскільки точно зроблена оцінка стану та прогнозних змін ринку,

експертиза можливих ризиків, попиту, а також від того, як враховані результати аналізування в управлінні підприємством.

Динамізм ринкового середовища зумовлює високу ймовірність виникнення несприятливої ситуації або відхилення реального результату від запланованого. Це може спричинити складнощі збуту продукції, відносин із контрагентами ринку, незаплановані витрати, збитки, що виникають у разі вкладення підприємством коштів у виробництво нових товарів або надання послуг, зміну технологій, у розроблення нової техніки, особливо у разі інвестування коштів у розроблення інновацій, які не дадуть бажаного ефекту. Саме ці проблеми можуть усуватися чи вирішуватися маркетинговими інструментами.

У практиці сьогодення підприємства зазвичай використовують підходи традиційного маркетингу. Сутність якого, за визначенням Американської Маркетингової Асоціації, передбачає процеси планування та застосування концепції ціноутворення, просування і поширення ідей, товарів і послуг з метою задоволення індивідуальних та організаційних цілей [1]. Отже, можна виокремити складові: моніторинг, громадську експертизу, інформаційну діяльність, виступи і публікації в засобах масової інформації, екологічні дослідження, проекти екологічного аудиту та менеджменту та ін.

Сучасний підхід забезпечення успішності підприємницької діяльності і розвитку потенціалу передбачає формування цілісної, науково обґрунтованої системи організації, формування та управління підприємством у сучасних умовах на основі маркетингового підходу. Такою системою, на наш погляд, може стати маркетингове управління діяльністю підприємства, тобто створення та функціонування підприємств, які б найкраще враховували і найбільш задовольняли потреби та попит на ринку, могли гнучко та адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому ринковому становищі, підвищували прибутковість виробництва та діяльності підприємства в цілому тощо.

Процес реформування економіки України відбувається в умовах глибокої кризи більшості її галузей. Найбільш чутливою є промисловість. З огляду на це, виникає нагальна потреба в ринковій переорієнтації підприємств.

Реальним сучасним економічним інструментом організації діяльності промислових підприємств з урахуванням вимог ринку стає промисловий маркетинг – комплексно-системне вирішення проблем прогнозування та організації виробництва, розподілу і збуту продукції.

Маркетингова діяльність має всебічний та вичерпний характер і охоплює значно більше коло питань. Підприємства, які не використовують маркетинговий підхід у своїй діяльності, ризикують втратити позиції на ринку, знижується їх конкурентоздатність. Адже без його постійного та системного аналізу, передусім покупців і конкурентів, підприємство не зможе вчасно реагувати на зміни та коливання попиту споживачів, їх смаки та вподобання, динаміку цін, а отже, не зможе розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів і забезпечення певних конкурентних переваг. Також без використання маркетингових досліджень та заходів зі створення позитивного іміджу фірми та залучення нових клієнтів підприємство не матиме шансів на розвиток [2].

Системний підхід до організації маркетингу є необхідною умовою для успішної діяльності підприємства на ринку. Він характеризує підприємство, яке застосовує методологію маркетингу, як відкриту складну систему, орієнтовану на ринок та зовнішнє середовище.

Маркетингове управління діяльністю підприємства та реалізація його маркетингового потенціалу – це процес аналізу, розробки та втілення в життя засобів, які розраховані на встановлення, укріплення та підтримку вигідних обмінів з покупцями для досягнення головної мети підприємства – отримання прибутку, росту обсягів збуту, збільшення частки ринку, формування перспектив розвитку тощо.

Основні сучасні інструменти маркетингового потенціалу, які мають застосовуватися, це: організація та проведення маркетингових досліджень, обґрунтування товарної і цінової політики, оптимізація каналів збуту продукції та ін. Їх комплексне і системне застосування сприятиме підвищенню результативності і конкурентоспроможності підприємства.

Пошук і обґрунтування основних чинників, що впливають на систему управління підприємством та напрямів формування комплексної системи управління на основі маркетингу на підприємстві, є пріоритетним завданням кожного управління.

Список використаних джерел:

1. Inside Public Relations. URL: <http://insidepublicrelations.blogspot.com/2010/03/ngos-social-marketing-and-pr.html>.
2. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / за ред. І. М. Комарницького. Львів: Априорі, 2007. 1032 с.



Прігунов О. В.

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м.Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яку інформаційну систему можна розглядати з точки зору взаємодії її елементів, що пов'язані між собою у зовнішньому та у внутрішньому середовищах. У якості її складових розглядають технічні прилади, зокрема комп'ютери, комп'ютерні мережі, програмні продукти, бази даних, людей, різні технологічні та програмні засоби і т. д. Наявність або відсутність однієї або кількох складових не дає можливості говорити про існування або не існування інформаційної системи, а демонструє сформовану організаційну складову діяльності підприємства. У сучасному світі для забезпечення ефективного функціонування таких систем, як правило, до їх складу включають апаратне, технічне і програмне забезпечення. Від вдалого вибору вказаних архітектурних елементів залежить ефективність всього процесу в цілому. У зв'язку з цим розробка ефективних інформаційних системи, зокрема інформаційної системи маркетингової стратегії підприємства, є завжди актуальною.

Існує інше визначення поняття «інформаційна система» – комунікаційна система, що забезпечує збирання, пошук, оброблення та пересилання інформації [1]. У цьому випадку система розглядається як сукупність процесів збирання, пошуку, оброблення та пересилання і поширення інформації.

Розглянемо архітектуру інформаційної системи підтримки маркетингової стратегії підприємства на прикладі сервісу підтримки маркетингової стратегії закладів вищої освіти: «Допомога абітурієнту у виборі спеціальності». Цей сервісний центр спрямований на покращення позицій спеціальності у наступних проблемних ситуаціях:

1. Недостатня поінформованість цільової аудиторії стосовно компетенцій спеціальності.
2. Агресивний маркетинг зі сторони конкурентів.
3. Недостатність людських ресурсів для проведення профорієнтаційної роботи.

У якості маркетингової стратегії було обрано стратегію просування бренду (спеціальності). У цьому випадку розроблений комплекс заходів спрямовується на пізнаваність спеціальності, пошук цільової аудиторії (абітурієнта) і розкрутку торгової марки (освітньої програми), яка у вигідному світлі покаже значимість бренду і переваги перед конкурентами [2].

На рисунку 1 наведена архітектура сервісу: «Допомога абітурієнту у виборі спеціальності».

Функціонування вказаного сервісу складається з етапів:

1. Для збирання інформації абітурієнт заповнює Google Form, яка структурує отриману інформацію і зберігає її у спеціальній Google -таблиці (Google Table). Після заповнення кожної

форми, сервіс автоматично відсилає повідомлення на електронну пошту адміністраторам системи. Google form пропонує студенту близько 200 питань. Звісно, відповіді на всі питання складно, тому кожне з питань віднесено до одної з семантичних груп (бізнес, фінанси; економічний та управлінський аналіз; законодавство і документація; інформаційно-комунікаційні технології; історія, етнологія, архівознавство; комп'ютерні технології; математичні процеси і практика; міжнародна комунікація; мовні процеси і практика; педагогіка; природа, людина і довкілля; суспільний розвиток, політика; фізичні процеси і практика). Такий підхід дає можливість залишити без розгляду цілу групу питань.

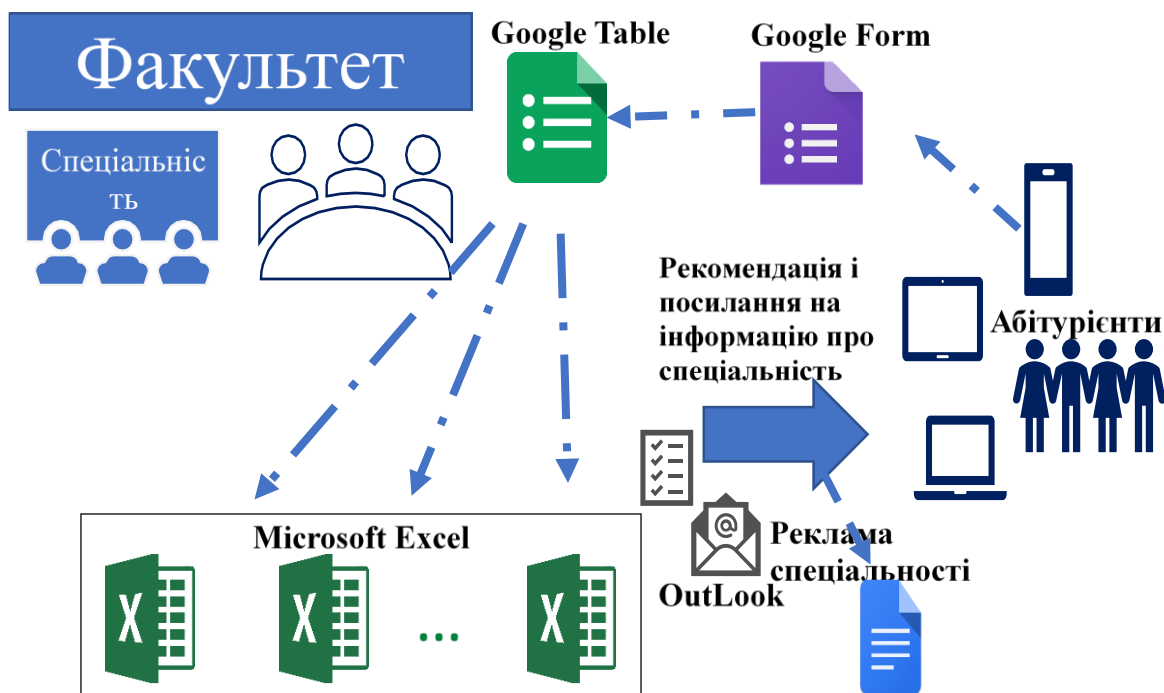


Рисунок 1 – Архітектура сервісу: «Допомога абітурієнту у виборі спеціальності»

2. Завантаження для подальшої обробки даних Google-таблиці забезпечується за допомогою засобів Microsoft Excel підключення до зовнішніх даних. У цьому випадку багатокористувацький режим не вимагає встановлення спеціального програмного забезпечення, а у якості інтерфейсу доступу виступає звичайна книга Microsoft Excel.

3. У вказаній вище книзі Microsoft Excel реалізована бізнес-логіка обробки завантажених даних і відповідний звітний документ, що у сукупності забезпечують гнучкість модифікації вихідних результатів і їх подання у зручній та зрозумілій для кінцевого користувача формі.

4. Сформований за допомогою Microsoft Excel звіт додається в один з поштових клієнтів у вигляді автоматично перетвореного у формат PDF файлу, де за допомогою заготовленого шаблону формується персональне повідомлення для зацікавленого абітурієнта.

5. Повідомлення надсилається абітурієнту з додаванням додаткової реклами спеціальності.

Запропонована архітектура інформаційної підтримки маркетингової стратегії має такі значні переваги:

1. Не вимагає значних фінансових вкладень на розробку, підтримку, навчання і використання інформаційного сервісу.
2. Забезпечує доступ до широкої аудиторії.
3. Забезпечує довготривалий (постійний) ефект від роботи сервісу за рахунок розміщення посилань на офіційних та інших ресурсах.

4. Створює умови для аналізу вподобань цільової аудиторії.
5. Забезпечує можливість персонального зворотного зв'язку.
6. Формує базу персональних контактів абітурієнтів для подальшої роботи з нею.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2392–94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. К. : Держстандарт України, 1995.
2. Планування маркетингу : навч. посіб. / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова та ін. 2-ге вид. перероб. та доп. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.



СЕКЦІЯ 3
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТНІ СИСТЕМИ

*Kateryna Novikova, PhD in Sociology,
Alcide de Gasperi University of Euroregional Economy*

**PORTFOLIO WORKER IN THE PLATFORM ECONOMY: POSSIBILITIES OF
SOCIOLOGICAL ANALYSIS AND THEORIZATON**

The future is here. So far if we take a closer look at the various economists' predictions on the gig economy development in the context of several portfolio types of work as translation, interpreting, copywriting or consultancy let alone professional activities directly connected to the digitalisation of economy and society or IT sector. What we can see is one of the key trends in the global societal and economic development in last several decades. It concerns such phenomenon as a flexible employment. It is crucial not only for job market in its global and local dimensions. This phenomenon is also described within the frames of self-employment, freelance or so-called *portfolio working*. These phenomena have come to the fore as a part of the greater economic development and globalization tendencies. In 2004 the portfolio workers were defined as "independent knowledge workers whose work conditions are inherently inflexible and often mobile" [4].

At this point experts, researchers and practitioners discuss not only that latest Work 4.0 as a new character of labour as well as employment. For the most part, there is Industry 4.0 or 'economy' with a bunch of various creative descriptions as 'platform', 'reputation', 'gig', 'sharing' or simply 'new'. The latter has been popular for at least fifteen years already and inspired multiple thorough and critical analyses.

Platform economy do not only lean on some incredible self-organizing capabilities of social – or labour – communities enhanced by advanced technologies, algorithms or even machine learning. Its development goes along with restructuring of capital-labour relations based on the potent tools of advanced information and communication technologies as well as new organizational forms of business enterprises that is network organisation or network enterprise. American sociologist and classical network society theorist Manuel Castells yet in the mid-1990-ties wrote about the transformation of work proposing 'networkers', 'jobless' and flex-timers' as main categories to describe labour market in the network or informational society. He then predicted that with no specific agreements on the nature of work and the technological trends fostering various forms of flexibility especially subcontracting and outsourcing the system will generally become multifaceted flexibility for both highly skilled and unskilled workers [1].

It is important that there is a microlevel, which should grab great attention of social scientists and humanities scholars. It concerns a human being and especially his or her professional or work life. This microlevel embraces not only career development but also the meaning of work and career in daily life or so crucial work-life balance. The issues concerning future of work and career trajectories gradually come to the fore of the general social change debates e.g. in the form of 'jobless future' predictions or general AI challenges and the danger of future social disruption. Such economic apocalypticism does not though help better understand important characteristics of the mentioned processes that already influence our lives as employees, freelancers or even consumers at this very moment.

In 1999 in the pre-platform times in their analysis of the changes in the British organisational employment that went towards portfolio work Cohen and Mallon presented rather ambiguous picture of bigger professional freedom, needs based flexibility and liberation from organisational constraints, on one hand, and of reconstructing both ideological and structural boundaries with organisations and subsequent insecurity, uncertainty and even lack of social interaction and belonging, on the other [3]. Today thanks to the information and communication technologies 'portfolio workers' re-embed

themselves into organisational worlds through platforms creating new mechanisms of cooperation, work ethos, motivation, rules, norms and sanctions.

In addition to technological development working environments and careers alongside also fundamentally changed due to the growing internationalisation of the economy, deregulation of labour markets and appearance of the flatter organisational structures [2]. Contemporary growing platform society enormously draws on our presence online, on our more or less free-will data sharing, reputation building and engagement [5]. Average freelancer will not develop his or her portfolio without the significant presence either in the local geographical or professional community or – that is getting much more frequent – in big online platform ‘communities’. Such communities provide various tools for the reputation check and development of the peer trust. The example of such community is the largest Polish internet community of translators and interpreters of many languages based mainly on facebook.com as well as on the specialized translators’ platform that is proz.com.

The conditions of the platform economy make the meaning of work change a lot. There is a clear tendency of so called creativity pressure and the growth centred on creativity and innovativeness. Platform economy is based not only on ‘creative jobs’. It inspires the need for development of self-entrepreneurial skills or so called “personal success management” even in blue-collar jobs at least those that can be outsourced, ‘gigged’ or ‘platformised’. However, capitalisation on talent or hobbies as well as neoliberal need of ‘pleasure in work’ touched the sector of translators similarly as various other creative professions. Machine translations and automatic translators create additional pressure on translators by lowering rates and making the market even more competitive and tough. At the same time, what is extremely interesting is the way a typical translator works. His or her responses to everyday work challenges, work routine and at the same time need to participate in the community or to self-organize seem to be a good example of possible future responses of most of more or less creative sectors of the global economy. If there is a challenge of the jobless future due to the artificial intelligence, advanced automatization and robotization, society has to develop particular coping strategies concerning employment instability, general insecurity or even social redundancy.

The Reference Books:

1. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford : Blackwell Publishing, 2000. P. 216 – 297.
2. Clinton M., Totterdell P., Wood S. *A Grounded Theory of Portfolio Working. Experiencing the Smallest of Small Businesses*. *International Small Business Journal*. 2006, Vol. 24 (2). P. 179 – 203.
3. Cohen L., Mallon M. *The Transition from Organizational Employment to Portfolio Working: Perceptions of ‘Boundarylessness’*. In: *Work, Employment and Society*, June 1999, Vol. 13, No. 2, P. 329 – 352.
4. Fenwick T., Mirchandani K. *Race, Gender and Networks in Portfolio Work: Difficult Knowledge*. *Adult Education Research Conference. 2004 Conference Proceedings* (Victoria, BC, Canada).
5. Gandini A. *The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Information Society*. London : Springer, 2016.



ЗМІНИ У ДОКУМЕНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Січень 2018 року є новим етапом у розвитку та становленні інформаційного суспільства в Україні. Кабінет Міністрів України прийняв постанову «Деякі питання документування управлінської діяльності». Цей документ затвердив три нових документа: типову інструкцію з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, інструкцію міжвідомчого обміну; типову інструкцію з діловодства в міністерствах, інших центральних та місцевих органах виконавчої влади та регламент організації взаємодії органів виконавчої влади в електронній формі.

Прийняття цієї постанови зумовило втрату чинності 14 актів Кабінету Міністрів України [1]. По-перше, це стосується змін у Типовому порядку здійснення електронного документообігу в органах виконавчої влади. По-друге, втратила чинність «Типова інструкція з діловодства у центральних органах виконавчої влади», Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади» (Офіційний вісник України, 2011 р., № 94, ст. 3433) та інші. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис», «Про Національний архівний фонд та архівні установи», ДСТУ 4123-2003 не втратили чинність.

Прийняття постанови зобов'язує Міністерство юстиції разом із Секретаріатом Кабінету Міністрів України розробити та внести на розгляд Кабінету Міністрів України проекти про затвердження Положення про моніторинг та контроль, Типового положення про службу моніторингу та контролю. Державне агентство з питань електронного урядування відповідає за затвердження вимог до форматів даних електронного документообігу в органах державної влади та формату електронного повідомлення. Усі міністерства, центральні та місцеві органи виконавчої влади повинні подати інструкції з діловодства у відповідно до вимог цієї постанови. На це відводилося три місяці. Органам місцевого самоврядування було рекомендовано теж оформити власні інструкції з діловодства відповідно до вимог цієї постанови. Таким чином передбачено, що з 01 липня 2018 року постанова набере чинності у повному обсязі.

Згідно з Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» [2] електронний документообіг – це сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів. У постанові є уточнення, що електронний документообіг установи це обіг службових електронних документів з моменту їх створення або одержання до завершення виконання, відправлення, знищення або передавання до архіву. Тобто з'являється необхідність створення спеціального відділу в архіві установи або додавання у посадовій інструкції працівника архіву нових пунктів. Передавання електронних справ до архіву установи полягає у наданні доступу працівникам архіву установи та обмеження доступу (лише правом перегляду) до електронних справ іншим працівникам установи.

Порядок електронного документообігу визначається державними органами, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями всіх форм власності згідно з законодавством. Головною зміною було чітке визначення відповідальної сторони за організацію електронного документообігу в установі. З липня 2018 року відповідальність покладається на службу діловодства. Конкретизовано завдання служби діловодства для забезпечення організації електронного документообігу в установі.

«Типова інструкція з документування управлінської інформації в електронній формі...» визначає порядок проходження електронного документа з моменту його створення, відправлення або одержання до моменту передавання до архіву установи; засади організації документування управлінської інформації в електронній формі для установ, які тимчасово створюють

документи у паперовій формі; загальні засади функціонування та використання системи електронної взаємодії органів виконавчої влади; оперативний інформаційний обмін з використанням службової електронної пошти. Встановлює загальні правила здійснення моніторингу стану виконання управлінських рішень. Визначає, що основною формою провадження діловодства в установах повинна бути електронна.

Типова інструкція з діловодства в міністерствах, інших центральних та місцевих органах виконавчої влади встановлює вимоги щодо документування управлінської інформації та організації роботи з документами, створеними у паперовій формі, у Секретаріаті Кабінету Міністрів України, центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органах виконавчої влади, включаючи їх підготовку, реєстрацію, облік і контроль за виконанням. Застосувати її можна лише у разі наявності визначених законом або актом Кабінету Міністрів України підстав, які визнаються обґрунтованими для створення та/або опрацювання установами документів у паперовій формі. Винятком є документи, що містять інформацію з обмеженим доступом, за зверненнями громадян, запитами на інформацію та визначені окремими нормативно-правовими актами.

Регламент організації взаємодії органів виконавчої влади в електронній формі визначає загальні засади організації юридично значимої взаємодії органів виконавчої влади в електронній формі.

Отже, зміни у документуванні управлінської документації в Україні є одним із напрямів щодо реалізації Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України та передбачає реалізацію цілеспрямованої та інноваційної політики створення в управлінській сфері умов, які вимагають від установ замість звичного паперового документообігу використовувати саме електронний як більш ефективний, швидкий та якісний.

Список використаних джерел:

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання документування управлінської діяльності». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF/page>
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15>
3. Закон України «Про електронний цифровий підпис». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-15>



Василенко В. Ю.

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Двадцять перше століття ознаменувало перехід суспільства до інформаційного, однією з умов якого є надання інформаційних послуг у сфері освіти і науки.

Під інформаційною діяльністю в рамках надання освітніх послуг будемо розуміти сукупність дій співробітників професорсько-викладацького складу, висококваліфікованих викладачів, органів державного управління, спрямованих на задоволення інформаційних потреб студентів.

Інформаційною потребою студента, перш за все, є отримання високого рівня професійних знань, орієнтованих на ведення інформаційно-аналітичної діяльності відповідно до сучасних ринкових умов.

У процесі інформатизації економіки інформаційні та технологічні прориви тісно переплітаються в єдиний процес, який має тенденцію до самоускорення. Це означає безперервний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), наслідком чого є якісне оновлення технологічної основи. При цьому увага акцентується на диверсифікації структури економіки, розвитку некапіталомістких галузей, інформаційно-комунікаційних технологій, що повинно призвести до прискорення економічного зростання. Широке впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери господарства і побуту – найважливіша технологічна особливість розвитку сучасної світової економіки. Не є винятком сфера освіти і науки [1].

Інформаційне забезпечення є основою розробки всього комплексу засобів інформаційних технологій, визначають організаційне, технічне і програмне забезпечення.

Інформаційне забезпечення – це система концепцій, методів і засобів, призначених для забезпечення користувачів (споживачів) інформацією.

Досвід зарубіжних країн показує те, що під формування, державної інформатизації, таку проблему, як забезпечення інформацією всіх людей у всіх сферах суспільства, необхідно ставити на такий рівень, як і інші важливі проблеми, пов'язані з медициною та освітою.

Для того щоб підвищити якість життя, створити достатньо можливостей для задоволення потреб населення та їх вільного особистісного розвитку, щоб зробити Україну конкурентоспроможною державою, слід досягти максимальної досконалості в інформаційній сфері [2].

Інформатизація освітньої діяльності, перш за все, пов'язана з поширенням та використанням учасниками освітнього процесу сучасних ІКТ. Можливостями здійснення такої інформатизації є:

- учасниками є студенти та викладачі;
- ІКТ є персональний комп'ютер (ПК), забезпечений відповідним програмним забезпеченням та засоби телекомунікацій разом з розміщеною на них інформацією.

Такі технології використовуються для передачі інформації та забезпечення взаємодії викладача і студента в сучасних системах відкритого та дистанційної освіти.

Проникнення сучасних інформаційних технологій у сферу освіти дозволяє педагогам якісно змінити зміст, методи та організаційні форми навчання. Метою цих технологій в освіті є посилення інтелектуальних можливостей студентів в інформаційному суспільстві, а також гуманізація, індивідуалізація, інтенсифікація процесу навчання та підвищення якості навчання на всіх рівнях освітньої системи. В останні роки термін «інформаційні технології» часто виступає синонімом терміну «комп'ютерні технології», оскільки всі інформаційні технології сьогодні так чи інакше пов'язані із застосуванням комп'ютера. Комп'ютеризація є невід'ємною частиною інформаційного процесу.

До області інформаційних систем в освіті належать:

- проблематика інтелектуальних навчальних систем;
- відкрита освіта;
- дистанційне навчання;
- інформаційне освітнє середовище [3].

Розглянемо один з прикладів використання ІКТ у вищому навчальному закладі (ВНЗ), а саме використання корпоративного порталу Microsoft Office 365.

Цей інструмент являє собою веб-інтерфейс для доступу студента / викладача до корпоративних даних і додатків ВНЗ. Основне програмне забезпечення представлено набором таких інструментів (рис. 1):

- простота у використанні у разі взаємодії студентів та викладачів;
- наявність мінімальних затрат для використання та підтримки;
- сумісність, тобто можливість взаємодії порталу з іншими інформаційними платформами ВНЗ;
- можливість проведення занять, контрольних робіт на відстані (проведення веб-конференцій, електронна та голосова пошта, обмін миттєвими повідомленнями) та інше [4].

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ MICROSOFT OFFICE 365

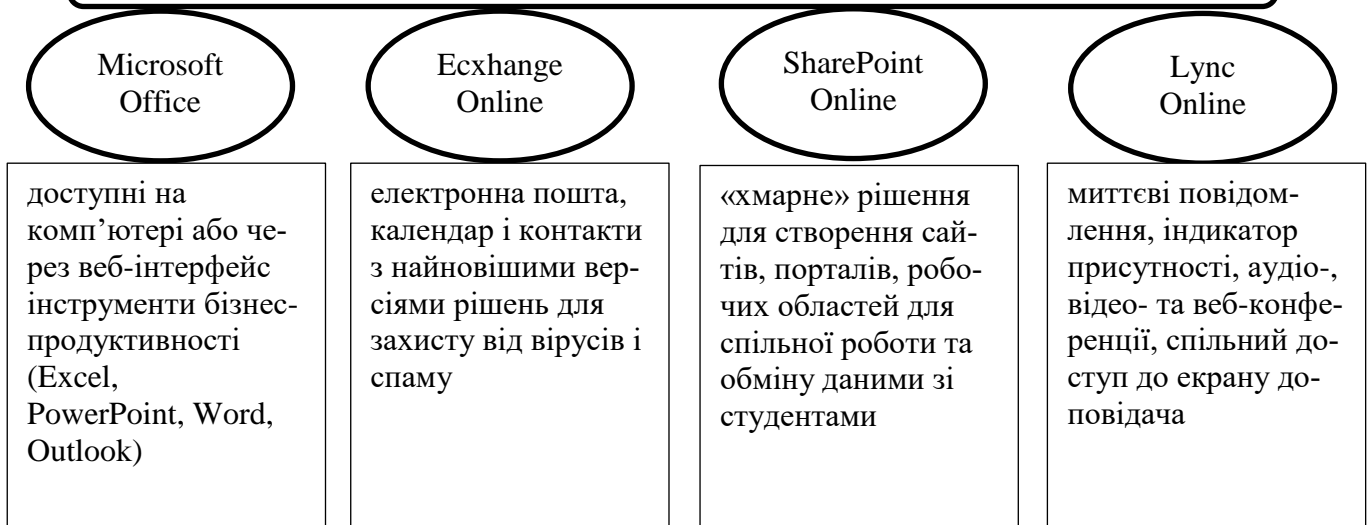


Рис. 1 – Характеристика основних інструментів Microsoft Office 365

Отже, основною перевагою наведеного корпоративного порталу є можливість доступу до додатків за допомогою різних пристроїв: ПК, планшет, мобільний телефон.

Сьогодні проблема освіти в – це проблема не тільки технологій, а й людини, викладача, який приходить в аудиторію. Тому одним з головних напрямів у системі освіти має бути підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу з метою впровадження сучасних освітніх інформаційних технологій у їхню повсякденну роботу зі студентами. Поєднавши педагогічну освіту і освіту в галузі нових інформаційних технологій, можна буде забезпечити необхідну комунікацію між студентом та викладачем у рамках надання освітніх послуг, яка дозволить ВНЗ вийти на новий інформаційний рівень.

Список використаних джерел:

1. Кремень В. Розвиток вищої освіти в незалежній Україні. Державна політика і організація сфери вищої освіти. *Zeszyty Naukowe WSHE*. Т. XXXIV, Nauki pedagogiczne. Wloclawek, 2012.
2. Полат Е. С., Бухаркина М.Ю. Сучасні педагогічні та інформаційні технології в системі освіти : навч. посіб. для ВНЗ. М.: Академія, 2007. 364 с.
3. Фокін Ю. Г. Теорія і технологія навчання. Діяльнісний підхід : навчальний посібник. М. : Академія, 2007.
4. Office 365 — Призначення, застосування, перспективи. *Енциклопедія сучасного життя – мобільний інтернет-ресурс*. URL: <http://nuttwriter.ru/offise-365/> (Дата звернення: 02.06.2018).



*Литвинська С. В., канд. філол. наук, доцент,
Бурля О. В.,
Національний авіаційний університет, м. Київ*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ «FACEBOOK», «TWITTER» ТА «INSTAGRAM» ЯК СУЧАСНІ КАНАЛИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Напочатку ХХІ ст. в інформаційно-комунікативному середовищі суспільства вагому роль має віртуальний простір. Соціальні мережі стали не лише ефективним засобом інформаційного зв'язку, але й платформою для самоідентифікації користувачів, що містить відображення їхніх ідей, мотивів та діяльності онлайн.

Вперше в 1954 році дефініцію терміна «соціальна мережа» запропонував англійський соціолог Д. Барнс у своїй роботі «Класи і збори в норвезькій острівній парафії», що увійшла до збірки праць «Людські стосунки». Наукове поняття отримало широке розповсюдження в різноманітних галузях людського знання. У своєму дослідженні Д. Барнс назвав соціальною мережею таку спільноту людей, яка об'єднана певними уподобаннями та інтересами, або іншими факторами, що зумовлюють їхнє потенційне спілкування між собою [6].

Однак ще в 1930-х рр. американський психіатр, психолог та соціолог Я. Морено проводив дослідження зв'язків між людьми, використовуючи соціограми. Окремі обличчя людей було подано як точки, а лінії зв'язку поєднували їх у візуальну діаграму. Результати цих досліджень стали основою для виникнення дисципліни «Аналіз соціальних мереж». Крім того, практичні дослідження в цій сфері виконав антрополог А. Браун, засновник структурного функціоналізму.

Широке розповсюдження терміна «соціальна мережа» відбулося лише наприкінці ХХ ст. разом із стрімким розвитком науково-технічного прогресу. Співробітники Міжнародної лабораторії прикладного мережевого аналізу С. Вассерман та К. Фауст вважають, що «соціальна мережа – це складана соціальна структура, що базується на поєднанні великої кількості соціальних акторів (окремих осіб чи організацій) та набору зв'язків діадичного характеру між ними» [8]. Зв'язок діадичного характеру в трактуванні спеціалістів мережевої теорії означають взаємодію двох соціальних груп.

Наразі соціальні мережі формуються за інтересами, ресурсами, потребами, соціальними статусами та позиціями, сферами впливу. Так, Р. Гнатюк розрізняє такі види соціальних мереж, як: політичні, економічні, комерційні, фінансові, культурні [3]. Також науковці Г. Філімонов і С. Цатурян поділяють соціальні мережі на формальні та неформальні, вертикальні і горизонтальні [7]. Формальні соціальні мережі чітко встановлюють права та обов'язки кожного учасника мережевого об'єднання, а неформальні мережі функціонують на основі неформальних відносин. Горизонтальні мережі представляють спільноту соціальних агентів приблизно однакового статусу, що чітко розмежовують субординацію, повноваження та відповідальність. Принцип вертикальних мереж будується на створенні команди керівників та її помічників, що формують основну стратегію, всі її аспекти, тактику взаємин, протистояння та співпраці з іншими групами.

Поняття «соціальна мережа» містить також розуміння її як послуги, що сприяє утворенню та підтримці соціальних груп, що об'єднані мережею і функціонують саме у Всесвітній мережі Інтернет. Ефективному становленню нових зв'язків сприяють бази особистих даних і служби знайомств. Розвиток соціальних мереж дозволяє різноманітним системам, в основу яких покладено створення облікових записів, накопичувати особисті дані користувачів. Це стосується тих послуг, що охоплюють особисте спілкування між користувачами. Прикладами таких мереж є служби розміщення блогів або блог-платформи («Tumblr», «LiveJournal», «Twitter») [1]. Кожна соціальна мережа відрізняється певним набором специфічних особливостей, що приваблюють користувачів різних категорій. Це дозволяє використовувати соціальні мережі як різноманітні ресурси інформування користувачів про власну діяльність. Найпопулярнішими соціальними мережами в Україні є «Facebook», «Twitter» та «Instagram».

Наразі «Facebook» визнано найпопулярнішою соціальною мережею у світі. Її створив М. Цукерберг у 2004 р. Користувачі веб-сайту «Facebook» мають можливість створювати профілі з фотографіями, списками інтересів, контактними даними та іншою особистою інформацією. Також власні веб-сторінки мають установи, організації, підприємства.

Наступна за популярністю соціальна мережа «Instagram» – це додаток для мобільних пристроїв та комп'ютерів, що дозволяє публікувати та обмінюватися фотографіями та відео як публічно, так і у приватному порядку за допомогою «direct messages», який був створений і запущений К. Сістромом та М. Крігером у 2010 р. Користувачі «Instagram» можуть застосовувати різноманітні цифрові фільтри до своїх зображень та додавати місцезнаходження за допомогою геотегів. Вони можуть додавати хештег до своїх публікацій, тематично пов'язуючи власні фотографії з іншим вмістом «Instagram». Користувачі можуть підключати свій обліковий запис у «Instagram» до інших профілів соціальних мереж.

«Twitter» – це онлайн-служба новин та мережа мікроблогів, за допомогою якої користувачі можуть публікувати та обмінюватися повідомленнями, що називаються «tweets». «Twitter» створили Д. Дорсі, Н. Скло, Б. Стоун та Е. Вільям у 2006 р.

За останні роки соціальні мережі було визнано основним видом соціальних медіа та найпопулярнішим засобом комунікації між людьми. Міжнародні мережі дозволяють створювати національні проекти, країни та високопоставлені особи мають власні облікові записи або представництва на популярних веб-сайтах. Так, О. Белінська вважає використання соціальних медіа важливим елементом успішної інформаційної діяльності та основою ефективного маркетингу будь-якої організації [2].

Наразі соціальні мережі активно закріплюються в різних сферах суспільної діяльності. Так, крім офіційного веб-сайту, кожен вищий навчальний заклад в Україні наразі має свою сторінку або навіть декілька сторінок у соціальних мережах, що є зручно та комфортно для користувачів, особливо для студентів і абітурієнтів [4].

Отже, з огляду на популярність й ефективність соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі українським вищим навчальним закладам потрібно активно використовувати їх як важливі комунікаційні канали. Реалізація комунікативно-іміджевої політики вищих навчальних закладів у віртуальному просторі є перспективним завданням.

Список використаних джерел:

1. Айзенберг Б. Добавьте в корзину. Ключевые принципы повышения конверсии веб-сайтов. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. 233 с.
2. Белинская Е. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты. Москва : ЮНИТИ, 2009. 165 с.
3. Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу. URL: <http://gazeta.dt.ua/family/socialni-merezhispivvidnoshennyapozitivu-i-negativu.html>.
4. Литвинська С. В., Ковальчук А. В. Використання соціальних мереж в інформаційній діяльності вищих навчальних закладів України (на прикладі Національного авіаційного університету). *Історичні, культурні та соціально-економічні аспекти регіонального розвитку*: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф., Кременчук, 14 лист. 2017 р. Кременчук : ПП Щербатих, 2017. С. 142–144.
5. Початок сучасної теорії соціальних мереж. URL: http://limetele.com/history_theory1.html.
6. Филимонов Г. Ю., Цатурян С. А. Социальные сети как инновационный механизм «мягкого» воздействия и управления массовым сознанием. *Политика и общество*. 2012. № 1. С. 65–75.
7. Wasserman S. Faust K. Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences [Text]. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York : Cambridge University Press, 1994. P. 12–26.



*Юрченко В. О., канд.іст.наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ДОКУМЕНТУВАННЯ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧИХ НОВАЦІЙ

На сьогодні в Україні йде процес реформування всіх галузей діяльності. Державна служба не є винятком, адже цей правовий інститут належить до категорії центральних інститутів публічного права. Державна служба виступає стрижнем державності і саме від злагодженої роботи державних службовців залежить розвиток держави у майбутньому. Відповідно, вдало обрана стратегія змін дасть змогу створити комфортні та сприятливі умови для подальшої перебудови країни.

Однією з основних умов якісної роботи державної системи є правильно поставлене кадрове діловодство. Це надзвичайно складна діяльність, що охоплює питання документування та організації роботи з документами стосовно особового складу установи з питань прийняття, переведення, звільнення, обліку працівників тощо. Нововведення, які приніс Закон України «Про державну службу» від 10.12.2015 № 889-VIII (далі – Закон № 889), містить не тільки шлях реорганізації державної служби, але й низку кадрових новацій: унормування засад набору та звільнення держслужбовців, проходження ними служби, вимоги до посад, відповідальність, кар'єрна мотивація, прозорість системи оплати праці [2]. Відповідно все це вплине на те, що до фахівців державної сфери ставитимуться високі стандарти щодо їх професійних навичок, умінь та знань, переконань, освіти тощо. Це дасть змогу оновити особовий склад державних установ та залучити висококваліфіковані кадри.

Варто зазначити, що вимоги до ведення кадрової документації в державних установах чітко регламентовані. Це є виправданою мірою, адже саме в цих документах відображаються такі процеси як приймання, переведення, звільнення та облік працівників. Наразі існує чимало наукової літератури щодо питань розвитку державної служби. Однак, враховуючи глобальні процеси реформування, зміни в законодавчій базі державної служби, різні нововведення в кадровому діловодстві, питання документування та нормативно-правового забезпечення інституту державної служби України потребує глибшого вивчення, що підсилює актуальність досліджуваної теми.

У процесі дослідження документаційного забезпечення державної служби України особливу увагу варто зосередити на аналізі нормативно-правових актів, адже саме в них закріплюється право кожного громадянина України на державну службу, що є найголовнішим чинником у нормативному регулюванні правового статусу особи будь-якої держави. Так, Конституція України, як Основний Закон України, закріплює особливості регулювання проходження служби в державних органах та основні засади діяльності громадян України, що перебувають на державній службі [1]. Не менш важливими є положення Закону № 889 [2]. Нормативний акт регулює питання, пов'язані з функціонуванням державної служби як суспільного інституту, головним призначенням якого є забезпечення реалізації завдань і функцій держави. Закон № 889 регулює порядок вступу на державну службу в Україні. Цей процес зазнав чимало змін, зокрема – розширення сфери застосування конкурсного відбору, запровадження спеціальних вимог до професійної компетентності держслужбовців, скасування кадрового резерву і стажування як підстав для призначення на посаду тощо. Аналізуючи «Порядок проведення конкурсу на зайняття посад державної служби» [4], затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 25 березня 2016 р. № 246, стає зрозумілою процедура проведення конкурсу на заміщення вакантної посади державної служби за новими правилами. Згідно з новим

Законом № 889 [2], його метою є добір осіб, здатних професійно виконувати посадові обов'язки. Так, цей нормативний акт дав змогу розкрити такі питання, як: умови проведення конкурсу; вимоги щодо оприлюднення інформації про вакантну посаду державної служби та оголошення про проведення конкурсу; прийняття та розгляд документів для участі в конкурсі; оприлюднення результатів конкурсу тощо. Вивчаючи «Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях» [5], затверджені Наказом Міністерства юстиції України від 18.06.2015 № 1000/5, стають зрозумілими вимоги щодо складання організаційно-розпорядчої документації у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях. У тому числі щодо таких питань: вимоги до тексту документів; особливості підготовки та оформлення розпорядчих документів тощо. Важливим для вивчення досліджуваного питання, є розгляд розпорядчих документів Національного агентства України з питань державної служби. Цей орган створений і діє для проведення єдиної державної політики та функціонального управління державною службою. Свої завдання зазначена установа реалізує через видання певних нормативних актів. Так, наприклад, з Наказу Нацдержслужби України від 05.08.2016 № 156 «Про затвердження форми Особової картки державного службовця та Інструкції щодо її заповнення» [6] ми дізнаємося про нововведення в оновленій формі первинного обліку державних службовців. Загалом формат нової форми картки залишився незмінним. Збереглися розділи про особисті дані державного службовця, його сімейний стан, освіту, військовий облік тощо. При цьому у новій формі особової картки державного службовця з'явилися розділи про відомості відповідно до вимог Закону № 889: підвищення рівня професійної компетенції державного службовця, службові відрядження (за кордон) та інші. Щодо загальних вимог ведення картки, то вони не змінилися [7, 3-8]. Цінним джерелом також є «Порядок ведення та зберігання особових справ державних службовців» [3], затверджений Наказом Нацдержслужби України від 22.03.2016 № 64. Адже, зважаючи на реформування системи державної служби загалом, оновлення стосуються й питання ведення особових справ державних службовців. Саме цей нормативно-правовий документ дав змогу розібратися з усіма ключовими «новинками» у зазначеному питанні. Якщо говорити детально щодо змін, то варто зазначити, що деякі документи з переліку, які долучаються до особової справи, вилучені. До них належать ознайомлення із правилами етичної поведінки державного службовця, ознайомлення із правилами внутрішнього трудового розпорядку та ін. Такі зміни не є випадковими і пов'язані з тим, що ця інформація зазначається в Особовій картці [8]. Зазначені зміни щодо ведення особової справи і заповнення особової картки державного службовця мають дещо спростити процес обліку та уникнути дублювання особової інформації і у той же час дають можливість посилити контроль щодо рівня професійної компетенції державних службовців.

Отже, огляд нормативно-правових документів продемонстрував процес оновлення та реорганізації інституту державної служби в Україні. Важливе значення має прийняття нового Закону про державну службу, який є основним правовим актом у сфері державної служби, прийняття якого вважається першим кроком до реорганізації та вдосконалення державного управління. В Україні поступово відбуваються зміни у сфері функціонування державної служби, які стосуються документального забезпечення руху і обліку державних службовців, як основних виконавців наведеного інституту управління.

Список використаних джерел:

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради*. 1996. № 30. Ст. 141, зі змінами та доповненнями від 02.06.2016. URL.: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 № 889-VIII і змінами від 03.07.2018 / Офіційний веб-портал ВРУ. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19>. (Заголовок з екрана).

3. Про затвердження Порядку ведення та зберігання особових справ державних службовців: Наказ Національного агентства України з питань державної служби від 22.03.2016 № 64 зі змінами від 16.11.2016 / Офіційний веб-портал ВРУ. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0567-16>. (Заголовок з екрана).

4. Про затвердження Порядку проведення конкурсу на заміщення вакантних посад державних службовців: постанова Кабінету Міністрів України від 25.03.2016 № 246 зі змінами від 23.05.2018 / Офіційний веб-портал ВРУ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/246-2016-п>. (Заголовок з екрана).

5. Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах: Наказ Міністерства юстиції України від 18.06.2016 № 1000/5 зі змінами від 04.07.2018 / Офіційний веб-портал ВРУ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15>. (Заголовок з екрана).

6. Про затвердження форми Особової картки державного службовця та Інструкції щодо її заповнення: Наказ Національного агентства України з питань державної служби від 05.08.2016 № 156 зі змінами від 20.12.2016 / Офіційний веб-портал ВРУ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1200-16>. (Заголовок з екрана).

7. Белевцова Л. Особова картка: вивчаємо new-формат. / *Оплата праці*. 2016. № 18. С. 3–8.

8. Савченко О. Нова форма особової картки державного службовця: заповнюємо без помилок / *Кадровик-01*. 2016. № 10. С. 20–23.



СЕКЦІЯ 4 АРХІВНА ТА БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*Бездрабко В. В., д-р іст. наук, професор,
Київський національний університет культури і мистецтв*

ДО ДИСКУСІЇ ПРО АРХІВНИЙ МЕТОД

Інтелектуальний рух, який охопив на рубежі століть гуманітарні науки, характеризується особливою увагою до дослідницьких методів, що пов'язане з апробацією та поширенням новітніх методичних можливостей в умовах тотальної інформатизації суспільства, формування і розвитку е-середовища. Ці події вплинули і сформували нове окреслення предмету гуманітаристики, способів його пізнання, а заодно й визначення її місця у сонмі наук. Полемічно налаштовані колеги-новатори знову запропонували рішучі ревізійні верифікації «старих методик» з акцентом на неперевершеності можливостей інформаційних методів. При цьому чисельні приклади вдалого застосування останніх щільно лягають в основу твердження про їх універсальність і переваги водночас. Визнання їхньої правомочності й легітимності супроводжується пропозиціями прийнятних варіацій застосування, що породжує новітні методичні матриці для науки.

Актуалізація методики гуманітарного дослідження спричинила адекватну реакцію у вигляді захисту традиційних методів і водночас схвалення необхідності застосування інформаційних технологій, коли це предметно виправдано. Утім, незалежно від різноманіття можливих методів науки, є питання, що виглядають основоположними для кожного з них. Ідеться про їх статус, універсальність чи спеціалізацію, залежність від соціокомунікаційних чинників, дослідницьких завдань і практичної діяльності. Зупинимось на цьому докладніше.

У ХХ ст. формується переконання в тому, що метод унормовує й універсалізує ведення будь-якого дослідження, конструюючи й деконструюючи знання в постмодерністській атмосфері. Наприкінці минулого століття методологи науки (Т. Кун, І. Лакатос, К. Попер та ін.) заговорили про неможливість розроблення єдиного універсального методу з директивним приписом обов'язкових дій, процедур, їх програмування й регулювання у визначеному науковому напрямі. Під цим кутом дослідники Європи, США зауважили про доцільність і необхідність *методологічного плюралізму*, демонструючи розмаїття методів і *прагматизм* їх застосування. Прагматичний принцип полягав у тому, що мета студіювань визначає вільний вибір методів, а не навпаки.

Для українського архівознавства теорія (у т. ч. і методологія) також залишається актуальним дискурсом. Вивчаючи історіографію часів сучасної України, робимо висновок про недостатню кількість праць, присвячених теорії науки, зокрема методології архівознавства. І хоча про його теорію згадують у навчальних посібниках і дисертаційних дослідженнях (здебільшого побіжно), утім, мабуть, чи не єдиним комплексним теоретико-методологічним науковим виданням, написаним в академічному стилі, стала праця професорки І. Б. Матяш *«Архівознавство: методологічні засади та історія розвитку»* [1].

Знайомство з зарубіжною проблемно-тематичною історіографією переконує нас у її тривалому студіюванні. Виявлений інтерес до питання «вивів» на доволі своєрідну і цікаву, на наш погляд, розвідку знаних архівістів сучасності Лучани Дюранті та Джованні Мікетті під красномовною лаконічною назвою *«Архівний метод»* (*«The Archival Method»*) [3]. Для них *метод науки* зумовлюється генетично і формується в оточенні різноманітних споріднених, близьких чи віддалених теорій, або тих знань, які дистанціюють від елементарної емпірії. Концепція генетичного походження методу породжує необхідність з'ясування родової належності архівознавства та інтенції стосовно середовища виникнення й розвитку. Вони вважають, що наука про архіви належить гуманітаристиці, веде своє походження від правової науки й розвивається в тісній співпраці з філологічними, історичними дисциплінами аж до ХХ ст. [3, 75].

Зарахування ними архівознавства до гуманітаристики вказує на те, що в загальному випадку це наука про людину, її діяльності та результати цієї діяльності [3, 75].

Добре розуміючись на методології науки та її еволюції, Л. Дюранті і Дж. Мікетті значну увагу приділяють висвітленню періоду панування в історії архівознавства ідеї *універсального (загального) методу*. Ці пошуки вони датують ХІХ ст. і пов'язують з архівістом Ф. Боніані, який докладно писав про особливий порядок документів у фондах, і згодом щедро ділився міркуваннями зі студентами університетів Італії [3, 84]. Через укоріненість походження документів і фонду в минулому цей метод було названо *історичним (metodo storico)*. У Франції він здобув назву *повага до фонду (respect des fonds)*, у Німеччині – *провенієнц принцип (Provenienz Prinzip)*. Виникнення цих понять означило тогочасну реальність – прагнення підтвердити якісно нове розуміння такого документального феномену як *фонд*.

Пошуки універсального методу в архівознавстві запропонували фаховій спільноті різні його варіації. Майже через 100 років авторитетний архівіст-палеограф Дж. Ченкетті, розвиваючи ідею історичного методу як практичного розв'язання проблем архівістики, змінив його першу частину назви на *архівний*, проголосив основоположним інструментом для нової теорії архівознавства і таким чином перевернув «архівний світогляд» [2]. На глибоке переконання Л. Дюранті і Дж. Мікетті, цей тактичний хід возвеличив історичний метод із методу, що підтримує «архівну науку», до метода, на якому тримається «наука в архіві» [3, 85]. Тому попри дискусійність питання ідеї зарубіжних колег, за якими в ядрі методології архівознавства аргументовано виокремлюється основоположний універсальний метод, що розкриває генеральне розуміння базових понять архівістики – архівного документа та архівного фонду, вважаємо вартими уваги.

Список використаних джерел:

1. Матяш І. Архівознавство: методологічні засади та історія розвитку : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 515 с.
2. Cencetti G. Scritti archivistici. Roma : Il Centro di ricerca editore, 1970. P. 9–39.
3. Duranti L., Michetti G. The Archival Method. *Research in the Archival Multiverse*. Clayton : Monash University, 2017. P. 75–96.



*Ковальська Л. А., канд. іст. наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

РЕТРОСПЕКТИВНА ІНФОРМАТИВНІСТЬ АРХІВНИХ ДЖЕРЕЛ УКРАЇНИ (1941–1945)

Ретроспективний образ Другої світової війни, особливо її періоду 1941–1945 рр., коли війна рухалася теренами України, стає фактом історичної пам'яті народу та є предметом професійного аналізу не тільки спеціалістів у галузі історії, війни, ідеології, психології, філософії, політики, а також архівознавства й джерелознавства. В основу образу покладено надбання науки, інтерпретацію і систематизацію фактів на основі існуючого комплексу документів і архівних матеріалів. Ретроспективний образ війни формується під впливом свідчень очевидців та фронтовиків, військових щоденників та листів, літературних творів письменників, поетів, журналістів. Цей документальний масив розпорошений по десятках державних та приватних архівів. Ретроспективність відображає історичну свідомість народу, яка в різні епохи являє собою комплекс практичних і теоретичних форм соціальної пам'яті, переказів, міфологічних уявлень та наукових даних.

Процес історичного пізнання в межах різних джерелознавчих комплексів передбачає використання ретроспективного методу, який допомагає у розумінні розвитку подій у реальності – від причини до наслідку. Сутність ретроспективного методу полягає у виході на більш високий рівень дослідження з метою розуміння й оцінки попередніх подій. Кожний попередній

етап виокремлення інформації архівного джерела можна зрозуміти у його зв'язку з іншими етапами та у світлі наступної стадії в цілому, у якій найбільш повно виражена сутність історичного процесу. У конкретно-історичному вивченні ретроспективний метод пов'язаний з методом пережитків – способом реконструкції об'єктів минулого за збереженими артефактами. Пережитки минулої дійсності, як топографічні плани й карти, оголошуються достовірним джерелом. Основна методологічна вимога до методу вивчення артефактів полягає в необхідності визначення й доведення реліктового характеру тих свідчень, на основі яких реконструюється картина історичної реальності [2].

У масиві джерел особового походження виділяють три рівні існування уявлень про Другу світову війну в свідомості людей: прогностичний, синхронний та ретроспективний. Прогностичний образ формується під впливом суспільної свідомості напередодні певних явищ в історичному процесі. Синхронний образ виробляється безпосередньо в ході подій, набуття реального досвіду. Ретроспективний образ війни стає фактом історичної пам'яті народу та є більш цілісним, ніж прогностичний і синхронний. Його основу складають думки вчених, інтерпретація і систематизація фактів на основі існуючого комплексу документів та архівних матеріалів. Інша змістовна сторона ретроспективного образу війни представлена у вигляді свідчень, спогадів фронтовиків, військових щоденників, листів з фронту, а також літературних творів письменників, поетів і журналістів. Нині спостерігається підвищений інтерес науковців до формування образу «індивідуальної війни», який дослідник може знайти лише в джерелах особового походження. Головним видом таких джерел інформації є мемуари фронтовиків, партизанів і працівників тилу. З припиненням ідеологічної ангажованості можна активніше звертати увагу на цей вид джерел з метою розширення сформованого уявлення про ретроспективний образ Другої світової війни [1].

Багатий кінофотофонодокументальний масив документів державних архівів України періоду війни відтворює її різнопланові історичні аспекти. Специфічною формою цих архівних документів є фіксація навколишньої дійсності, за допомогою фізико-хімічних засобів у вигляді кінофотофонодокументів, які несуть цінну історичну інформацію про події і життя народу воєнного часу. Як історичне джерело, розкривають історичні події та факти у вигляді статичних або динамічних кіно і аудіо образів.

Методична основа аналітичної критики кінофотофонодокументів напрацьовувалася протягом довгого періоду та вимагає обережного ставлення до такого виду архівних документів. Як історичне джерело кінофотофонодокументи за способом відтворення діляться на кіно-, фото- і фонодокументи. У визначенні специфіки методики аналізу джерел велику практичну користь приносить складання різного роду допоміжних класифікацій. Головним сховищем документальних пам'яток про роки війни є матеріали фондів Державної архівної служби України.

Найбільш інформативними джерелами для психологічного сприйняття є кіноматеріали. Вони дають можливість динамічної візуалізації історичного процесу, особливостей бойової діяльності в тилу ворога. Унікальна колекція Центрального державного кінофотофоноархіву України ім. Г. С. Пшеничного (далі ЦДКФФА) є своєрідним евристичним джерелом не тільки для представників фундаментальної науки, а й журналістів, художників, усіх шанувальників вітчизняної історії.

Фонди архіву розкривають питання організації партизанського руху і підпілля, окремі моменти бойової діяльності і повсякденного життя. Фонди містять кіножурнали, документальні фільми, кінолітописи, окремі не змонтовані сюжети, які не увійшли в готову продукцію і не демонструвалися на кіноекранах, виробництва вітчизняних кіностудій, Української студії хронікально-документальних фільмів, Центральної студії кінохроніки [3]. Кіносюжети і кінофільми оповідають про життєдіяльність партизан і підпільників України. Кіноперіодики «Радянська Україна», «За Радянську Україну» «Союзкиножурнал» подають інформацію з фронтів, показують окремі моменти бойового та повсякденного життя партизанів, висвітлюють роботу тилу, розповідають про відновлення життя у звільнених від нацистів регіонах. Іншим джерелом оперативної інформації були спецвипуски, присвячені окремим подіям або особам

військ та партизанських з'єднань. У сюжетах і кінофільмах широко представлені побут і життєдіяльність учасників партизанського руху України.

У фондах ЦДКФФА зберігаються документальні масиви фотографій воєнних років. Цей вид архівного документу є значним інформативним видом візуальних історичних джерел, які вимагають складної методики аналізу. Адже, крім найменувань, архівних шифрів і історичних текстів фотодокументи не мають рівних у візуальних статичних ілюстраціях. Тематичний архівний масив почав формуватися з 1950-х рр., коли до фондів були передані фотографії республіканської виставки «Партизани України в боротьбі проти німецько-фашистських загарбників». Так, цінним доповненням колекції стали фотографії з особистих архівів колишніх керівників партизанських з'єднань П. Вершигори і Г. Наумова. Невелику за обсягом групу становлять фотографії фото партизанських груп і загонів. Архівний фотофонд представлений фотографіями особового складу, створенню і діяльності Українського штабу партизанського руху. Значною проблемою критики фото як історичних джерел є з'ясування авторства. Життя партизан було зафіксоване на великій кількості фотографій авторства М. Трахмана і Я. Давидзона. Окремого дослідження заслуговують знімки генерал-майора Героя Радянського Союзу П. Вершигори. Професійний кіноактор і кінорежисер 1930-х рр. стає начальником бригади кінофотокореспондентів політвідділу 40-ї армії. На жаль, не всі імена фотографів партизанського руху збереглися.

У дослідженні історії війни важливе значення мають фонодокументи, які зберігають фонди ЦДКФФА. Фонодокументи містять офіційні зведення, виступи, бесіди, репортажі, композиції, збірники, створені в різний час на різних носіях (магнітна плівка, грамплатівки, аудіокасети). Методика аналітичної критики фонодокументів відрізняється від аналізу кінофотодокументів. Для розкриття змісту події великого значення набувають різноманітні звукові елементи фонодокумента. Специфіка фонодокументів полягає в додатковій інформативності акустичного фону і різноманітності форм, які дають можливість визначити ступінь їх авторської інтерпретації. Серед фонодокументів архіву зберігаються офіційні зведення Радянського інформбюро, звернення партійних і державних діячів СРСР, провідних вчених, літераторів, діячів культури і мистецтва. Радіорозповіді учасників і організаторів партизанського руху України С. Ковпака, О. Федорова, С. Малікова, В. Бегми. Окрему групу фонодокументів складають цикли радіопередач «У легендарного вогнища», «Поштова скринька на Канаду», тематичні радіопередачі «Від Путивля до Карпат», «Вони визволяли Україну», «Доля партизан».

Отже, ретроспективний метод серед методів реконструкції воєнних подій створює цілісне образне уявлення війни. Здатність зображально-графічних та аудіальних документів фіксувати велику кількість візуальних об'єктів в кадрі і зберігати аудіоінформацію, обумовлює особливу інформаційну цінність ретроспективних історичних джерел. Фіксуючи об'єктивну реальність воєнного часу підпільної тилової діяльності, такі документи виступають свідченнями і допомагають історикам реконструювати історичний процес у повномірному його відображенні. Саме тому звернення до цього типу документів в історичному дослідженні війни має важливе значення.

Список використаних джерел:

1. Ковальська Л. А. Джерелознавчий дискурс історії радянського Руху Опору (1941–1945 рр.): монографія. Донецьк-Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. 462 с.
2. Мандральская Н. В. Принципы научной классификации в определении методики историко-ведческого анализа кинофотофондоментов. *Вестник архивиста*. 2010. № 2. С. 255–269.
3. Україна і Друга світова війна кінолітопис : Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів, кіносюжетів, спецвипусків (1939–1945 рр.). Київ, 2005. URL: http://tsdkffa.archives.gov.ua/Annals/cinema_1939-1945.pdf



ДО ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІБЛІОТЕК ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Проблема функціонування бібліотек загальноосвітніх навчальних закладів у сучасних умовах реформування шкільної освіти України залишається актуальною. Сьогодні інформаційна складова є невід'ємною частиною освітнього процесу, що забезпечує перспективи розвитку навчального закладу, а також його цільову спроможність, у такий спосіб зумовлює необхідність створення шкільних бібліотечно-інформаційних центрів. У ході реформування загальної середньої освіти визначальним чинником впровадження нового змісту, форм і методів навчання стає інформаційне забезпечення навчального закладу. Компетентнісне навчання потребує залучення широкого кола інформаційних джерел, а не лише традиційних і усталених підручників та посібників. Критичне мислення, вміння продукувати нову інформацію, ухвалювати рішення може успішно реалізовуватися за умови набуття учнями практичних навичок роботи з динамічно змінними обсягами інформації [1].

Суть інформаційного забезпечення полягає у виконанні завдань зі збору, комплектування, попередньої підготовки, накопичення, своєчасного і спрямованого доведення інформації до учнів. Управління інформаційними потоками здійснюється через впровадження інформаційно-комунікаційних технологій на основі автоматизованих бібліотечно-інформаційних систем (АБІС). Основою автоматизації слугує систематизація фондів за класифікаторами, що спеціально розроблені для шкільного застосування.

Привертає увагу проект шкільного бібліотечно-інформаційного центру загальноосвітнього навчального закладу, який є структурним підрозділом загальноосвітнього навчального закладу з інформаційного забезпечення. Шкільні бібліотечно-інформаційні центри створюються на основі і в ході реорганізації шкільних бібліотек. Метою перетворень є зміни функціональної сфери бібліотек і перебудова відповідно до завдань, що постають у зв'язку з реформуванням загальної середньої освіти. Процес змін розпочинається з наказу керівника навчального закладу про реорганізацію бібліотеки і завершується наказом про початок роботи шкільного бібліотечно-інформаційного центру, який керується чинними нормативно-правовими актами вищих органів влади України, нормативними та інструктивними документами центральних органів виконавчої влади, що забезпечують формування державної політики у сферах освіти і культури.

У навчальних закладах, де відсутня бібліотека (малокомплектні, початкові, філії опорних), шкільний бібліотечно-інформаційний центр створюється на основі АБІС і функціонує як інформаційний пункт з повним виконанням своїх завдань; діє на підставі статуту навчального закладу та свого Положення, яке розробляється на основі Примірного положення. Навчальний заклад забезпечує необхідні умови для функціонування підрозділу. Основна функція шкільного бібліотечно-інформаційного центру – інформаційне забезпечення навчального процесу. Ця функція визначає оцінку і ефективність роботи. Показником успішності виконання основної функції є повне і всебічне задоволення інформаційних потреб учасників навчального процесу. Інші функції забезпечують інформацією виховний та розвивальний процеси, а також управління навчальним закладом. Зберігається функція індивідуального абонементного обслуговування користувачів. Обсяги виконання функцій визначаються його ресурсною спроможністю. Обов'язковою є технічна та телекомунікаційна оснащеність центру, встановлюється її мінімальний рівень. Головна увага приділяється забезпеченості комп'ютерами [2].

Варто акцентувати увагу на тому, що шкільний бібліотечно-інформаційний центр створюється кожним навчальним закладом самостійно у різні часові періоди. Рушійним чинником є усвідомлення керівництвом та бібліотекарями необхідності змін, потреби побудови освітнього процесу на основі інформації.

Реорганізація шкільної бібліотеки в шкільний бібліотечно-інформаційний центр здійснюється за кількома напрямками, серед яких: організаційний, нормативно-правовий, технічний, кадровий, фінансовий. Саме кадровий напрям передбачає вирішення комплексу питань з перепідготовки нинішнього корпусу бібліотекарів, навчання нових фахівців, забезпечення належного рівня оплати праці.

Своєю інноваційною діяльністю привертає увагу відділення організації видання навчальної літератури Інституту інноваційних технологій і змісту освіти, що здійснює організаційні заходи щодо забезпечення підручниками і посібниками учнів загальноосвітніх навчальних закладів та педагогічних працівників. Головне завдання – участь в реалізації державної політики щодо забезпечення навчального процесу в усіх типах навчальних закладів України підручниками, навчально-методичними посібниками. З цією метою відділення вивчає запити та прогнозує потребу в навчальній літературі, бере участь у формуванні державного замовлення на видання і доставку підручників до книжкових баз, здійснює контроль за своєчасним надходженням навчальної літератури, забезпечує та організовує поповнення бібліотечних фондів навчальних закладів України.

Єдина система централізованого електронного обліку «Шкільний підручник» призначена для автоматизації роботи, пов'язаної з обліком, використанням, замовленням та перерозподілом навчальної літератури. Програма була розроблена в 2006 році на базі Полтавського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти ім. М. В. Остроградського. Програмний комплекс «Шкільний підручник» є кросплатформовим настільним додатком, який однаково успішно працює під операційними системами сімейства Microsoft Windows, UNIX-подібними операційними системами, Mac OS X, Solaris із встановленою віртуальною машиною Java (середовищем виконання JRE) та постійним підключенням до мережі інтернет з відкритими на активному мережевому обладнанні закладу портів 8080 та 4201. Програма протестована та гарантує стабільну роботу на версії Java від 1.6.0 до 1.7.25, яку можна безкоштовно завантажити та встановити із сайту Програми [3].

Введення єдиної системи централізованого електронного обліку – це перехід на сучасні інноваційні комп'ютерні технології в організації роботи по забезпеченню навчальною літературою від Міністерства освіти і науки України, обласних управлінь, районних та міських методичних кабінетів до всіх типів загальноосвітніх навчальних закладів, у тому числі, і спеціальних. Основна робота у Єдиній системі централізованого обліку підручників здійснюється у навчальному закладі, бібліотекар якого, використовуючи можливості Програми, ставить на електронний облік підручники та посібники навчання, наявні у фондах шкільної бібліотеки. Дані від навчальних закладів формуються у зведені таблиці обліку та забезпечення на рівні районів, міст, областей та України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Впровадження єдиної системи централізованого електронного обліку підручників у роботу загальноосвітніх навчальних закладів. URL: https://lutsk-nvk22-biblioteka.edukit.volyn.ua/kompyuterna_programa_elektronnogo_oblik..(дата звернення 01.06.2018).
2. Полтавський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти ім. М. В. Остроградського. URL: https://uk.wikipedia.org/.../Полтавський_обласний_інститут_післядипломної_педа...(да та звернення 01.06.2018).
3. «Шкільний підручник» – програма для шкільних бібліотекарів. URL: https://gusiatyn-rmk.edukit.te.ua/.../programa_shkilnij_pidruchnik_dlya_bibliotekariv_shev..(дата звернення 01.06.2018).



ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Бурхливі темпи наукового і технічного прогресу, зростання економік різних держав забезпечуються за рахунок зростаючого споживання природних ресурсів, збіднення навколишнього середовища, що призвело до планетарної кризи. Відтак, світове наукове співтовариство прийшло до усвідомлення необхідності формування нової моделі розвитку цивілізації, здатної протистояти викликам і проблемам сучасного світу. Людство стало перед необхідністю формування нового світогляду, обґрунтування нових цінностей, морально-етичних критеріїв та корекції спільних цілей і пріоритетів.

Уперше поняття «сталого розвитку» було сформульоване у доповіді «Our Common Future» («Наше спільне майбутнє») голови Міжнародної комісії з питань екології та розвитку ООН Гру Харлем Брутланд у 1987 році. Під сталим розвитком розумівся розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [1, с. 626]. Суть його полягає в обов'язковій узгодженості економічного, екологічного та людського розвитку так, щоб від покоління до покоління не зменшувалися якість і безпека життя людей, не погіршувався стан довкілля, а відбувався соціальний прогрес, який визнає потреби кожної людини.

У 1992 р. на конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку (Ріо-де-Жанейро) офіційно було проголошено стратегію сталого розвитку людства довготривалою стратегією всесвітнього розвитку. Основні ідеї концепції сталого розвитку можна звести до таких положень: сталий розвиток означає якісні перетворення всіх сфер людського життя; сталий розвиток являє собою синтез глобального і локального розвитку, оскільки неможливо забезпечити стійкість загальносвітового розвитку за умови нестійкості розвитку його окремих елементів; перехід світової спільноти до сталого розвитку безпосередньо пов'язаний з глобалізаційними процесами, при цьому саме конструктивні елементи глобалізації служать його досягненню [2].

У вересні 2015 року глави держав та урядів ухвалили рішення про постановку нових цілей сталого розвитку, реалізація яких повинна завершитися в 2030 р. Комплексна система із 17 цілей сталого розвитку, що охоплюють соціально-економічний розвиток і охорону навколишнього середовища, є планом дій для благополуччя людей, планети, їх процвітання.

Після проголошення Цілей сталого розвитку ООН світова бібліотечна спільнота активно долучилася до підтримки їх досягнення.

Міжнародна Федерація Бібліотечних Асоціацій (ІФЛА) стверджує, що сьогодні збільшується доступ до інформації і знань в суспільстві за допомогою передових технологій, що сприяє стійкому розвитку і поліпшенню якості життя населення. Бібліотеки в цифрову епоху відіграють роль посередника між людиною, інформацією і технологіями.

У Стратегічному плані, який був прийнятий Правлінням ІФЛА у грудні 2015 року, наголошувалося на підтримці бібліотечно-інформаційного сектору на регіональному та національному рівнях щодо захисту інтересів бібліотек, стратегії та практичній реалізації цілей сталого розвитку (ЦСР) у рамках Порядку денного ООН до 2030 року [3].

У Стратегічному напрямі, який має назву «Нарощування потенціалу», однією з Ключових ініціатив 2015–2016 є окреме питання про діяльність бібліотек у Порядку денному ООН у сфері сталого розвитку до 2030 року, яке містить такі напрями:

- інформування про Порядок денний ООН у сфері сталого розвитку до 2030 року;
- залучення членів ІФЛА до роботи, спрямованої на внесення бібліотек до національних і регіональних планів розвитку;
- формування ставлення до бібліотек як до найважливіших загальнонаціональних культурних інституцій.

Враховуючи комплексні зміни в інформаційному середовищі, зміни у виробництві, розповсюдженні, використанні інформації, зміни в інформаційних потребах людей і можливостях

їх задоволення, змінюються і бібліотеки. Сьогодні українські бібліотеки мають необхідний потенціал для активного долучення до загальносвітових процесів підтримки глобальних цілей сталого розвитку.

Через розширений доступ до інформації і знань в суспільстві за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), через свої ресурси та сервіси бібліотека сприяє сталому розвитку та покращенню якості життя населення.

Передбачається, що реалізація цілей сталого розвитку поширюється більшою мірою на публічні бібліотеки, проте академічні та наукові бібліотеки також підтримують наведені ініціативи, сприяють розвитку і популяризації навичок цифрової, медіа- та інформаційної грамотності. Бібліотеки закладів вищої освіти вдосконалюють цифрову доступність, розвивають ідеї відкритого доступу у сфері наукової комунікації та взаємодії, тому, відіграють важливу роль в академічній спільноті. Бібліотечна інфраструктура, персонал, включеність в освітній простір навчального закладу роблять бібліотеку перспективним агентом цілей сталого розвитку.

Виходячи із мети, яка сформульована в Стратегічному плані ІФЛА, а саме – захист і просування загальнокультурних цінностей, відстоювання важливості високоякісних бібліотечних та інформаційних служб, які сприяють соціальному, культурному та економічному зростанню, бібліотеки України, незалежно від їх належності і підпорядкування, мають забезпечувати інформованість з питань екології та етики, формування цінностей і підходів, прищеплення навиків і заохочення поведінки, сумісної зі сталим розвитком.

Так, цьогорічний Форум молодих бібліотекарів, який проходив на базі Університетської бібліотеки Центру Митрополита Андрія Шептицького Українського католицького університету, мав на меті зібрати успішні кейси реалізації проектів, спрямованих на підтримку Цілей сталого розвитку в Україні та закордоном, про що говорить тема Форуму – «Бібліотеки та сталий розвиток суспільства». Учасниками форуму стали близько 100 молодих фахівців бібліотечної справи з різних регіонів України, а також партнери та гості з Білорусі, Кіпру, Латвії, Словенії, Туреччини, Румунії та Іспанії. Серед тем, що заявлені в програмі заходу: «Дослідження активного громадського середовища для налагодження спільної діяльності заради досягнення цілей», «Глобальні Цілі сталого розвитку та місцеві бібліотеки: точки дотику», «Бібліотеки – майданчики для неформальної освіти громади» та ін.

Ролі бібліотек у досягненні цілей сталого розвитку ООН до 2030 р. був присвячений міжнародний семінар за програмою ІФЛА, який відбувся 17 – 18 квітня 2018 р. у Будапешті (Угорщина), у Національній бібліотеці Угорщини імені Ференца Сечені.

Отже, через такі та подібні заходи бібліотеки України зазнають якісних змін задля забезпечення сталого розвитку. Інвестуючи свій досвід і ресурси, бібліотеки намагаються забезпечити рівний доступ до друкованої та електронної інформації, до надбань культурної спадщини для розвитку освіти, творчості та інновацій.

Список використаних джерел:

1. Майер Джеральд М., Раух Джемс Е., Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку. К. : Либідь, 2003. 688 с.
2. Барлибаев Х. А. Людина. Глобалізація. Сталий розвиток. М. : РАГС, 2007. С. 164 – 166.
3. Стратегічний план 2016 – 2021 / Прийнято Правлінням ІФЛА. URL: <http://www.ukrbook.net/ifla.pdf>



СЕКЦІЯ 5 БЕЗПЕКА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

*Дячков Д. В., канд. екон. наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації та інформатизації соціально-економічних відносин процеси забезпечення безпеки перетворюються в один з найважливіших елементів підтримки бізнесу. Проте увага фахівців у сфері інформаційної безпеки, IT-безпеки та кібербезпеки переважно спрямована на формування політики інформаційної безпеки, визначення рівня інформаційної безпеки, заходів відвернення кібератак, використання новітніх технічних засобів та впровадження програмних продуктів з метою захисту інформації. Водночас питання формування та реалізації стратегії інформаційної безпеки залишається поза увагою як науковців, так і практиків у сфері інформаційного захисту. У багатьох організаціях існує реальна необхідність розробки окремих незалежних від IT-стратегій, стратегій управління інформаційною безпекою, які могли б, поряд з необхідним рівнем захисту, забезпечити належну підтримку бізнес-процесів підприємств та їх ефективний розвиток.

Наразі найбільш розповсюдженим є підхід до визначення стратегії інформаційної безпеки, який базується на побудові матриці на основі двох критеріїв. Перший критерій класифікації передбачає, що процеси захисту інформації дуже залежить від значної кількості випадкових і важкопередбачуваних факторів, зокрема поведінки зловмисника, впливу природних явищ, збоїв і помилок у процесі функціонування елементів системи обробки інформації тощо. Другий критерій класифікації визначає, що серед засобів захисту значне місце займають організаційні заходи, пов'язані з дією персоналу.

Обґрунтування змісту необхідних стратегій у межах розглянутого підходу здійснюється за двома критеріями: визначення необхідного рівня захисту та ступеню свободи дій у процесі організації захисту. Значення першого, формалізується безліччю загроз, щодо яких має бути забезпечений захист: 1) від найбільш небезпечних із вже відомих загроз; 2) від усіх відомих загроз; 3) від усіх потенційно можливих загроз. Другий критерій вибору стратегій захисту зводиться до того, що організатори і виконавці процесів захисту мають відносно повну свободу розпорядження методами і засобами захисту і деякий ступінь свободи втручання в архітектурну побудову системи обробки інформації, а також в організацію і забезпечення технології її функціонування. Відповідно виділяють три основні ступені свободи: 1) будь-яке втручання в систему обробки інформації не допускається. Таку вимогу може бути встановлено до вже функціонуючих систем обробки інформації, а порушення процесу їх функціонування для установки механізмів захисту не дозволяється; 2) до архітектурної побудови системи обробки інформації та технології її функціонування допускається пред'являти вимоги не концептуального характеру. Тобто допускається припинення процесу функціонування системи обробки інформації для встановлення деяких механізмів захисту; 3) вимоги будь-якого рівня, зумовлені потребами захисту інформації, вважаються обов'язковими під час побудови системи обробки інформації, організації та забезпеченні їх функціонування [1].

Відповідно можна виділити три основні стратегії, представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Стратегії захисту інформації [1]

Загрози, що враховуються	Вплив на системи обробки інформації		
	Відсутній	Частковий	Повний
Найбільш небезпечні	Захисна стратегія		
Всі відомі		Наступальна стратегія	
Всі потенційно можливі			Попереджувальна стратегія

Проте динамічність інформаційного середовища, формування глобального інформаційного простору, міжнародна взаємодія у сфері інформаційно-комунікаційних технологій висувають на першочерговий план формування більш адаптивної моделі визначення стратегії інформаційної безпеки, яка б враховувала найрізноманітніші фактори впливу на як виробничі та управлінські бізнес-процеси, так і на інформаційну систему підприємства, а також охоплювала цілі загальної стратегії підприємства. З цією метою пропонується модель визначення стратегії інформаційної безпеки підприємства, яка б відповідала вищезазначеним вимогам (рис. 1).

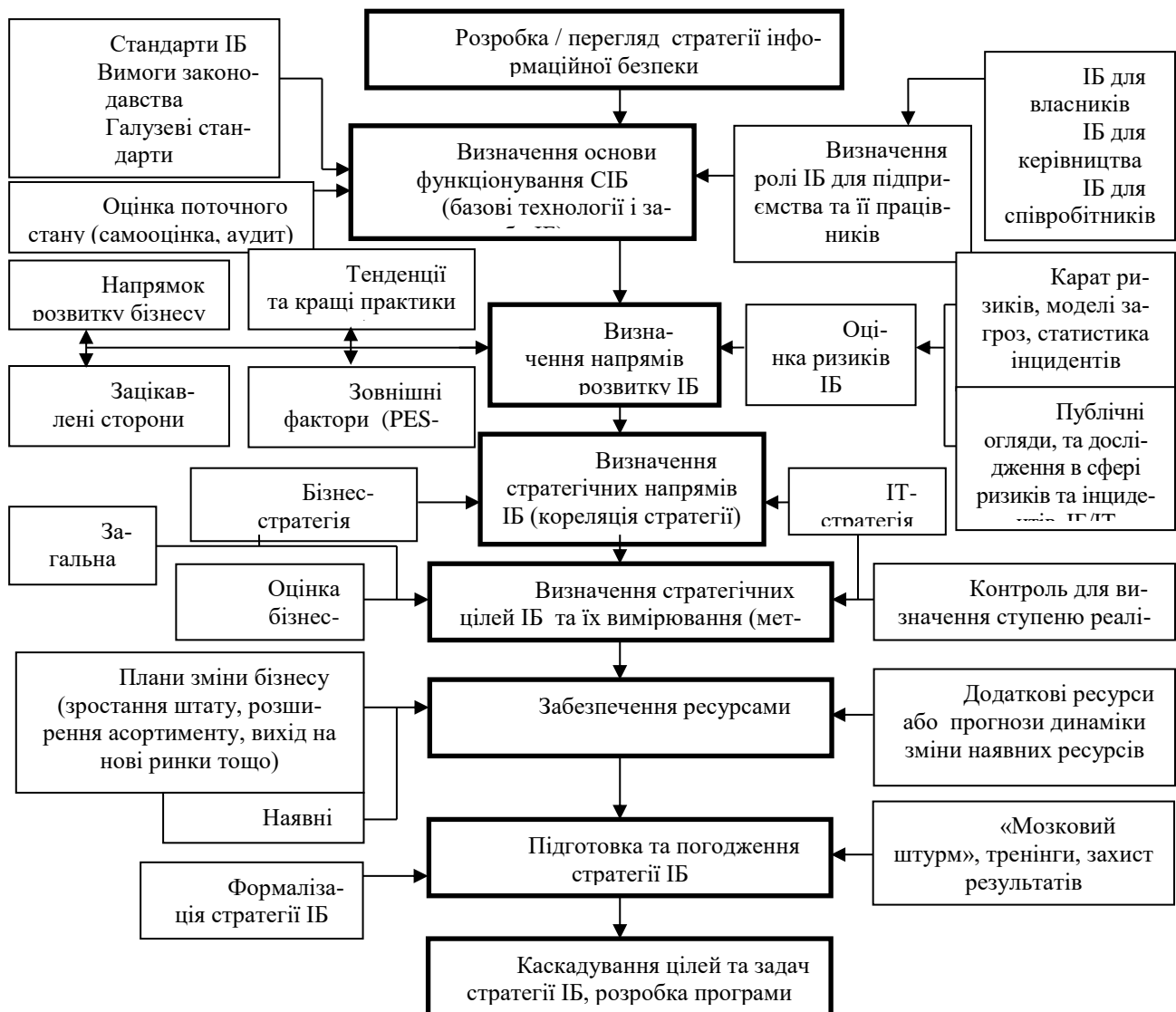


Рисунок 1 – Пропонована модель визначення стратегії інформаційної безпеки підприємства [розроблено на основі 2]

В основі комплексу заходів щодо захисту інформації повинна бути стратегія інформаційної безпеки, яка б визначала цілі, критерії, принципи і процедури, необхідні для побудови надійної системи захисту. В умовах всеохоплюючої інформатизації, стратегія захисту інформації в найзагальнішому вигляді може бути визначена як пошук оптимального компромісу між потребами в захисті і необхідними для цих цілей ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Стратегии защиты информации. URL: <https://studfiles.net/preview/1770970/page:15/>
2. Стратегия информационной безопасности. URL: <http://docplayer.ru/43503819-Strategiya-informacionnoy-bezopasnosti.html>



*Кирилишен Я. В., канд. екон. наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ MOBILE-FIRST ДЛЯ РОЗРОБКИ САЙТІВ

За даними сайту statista.com доля трафіку мобільних пристроїв складає 52,2 %. В Азії цей показник складає 65,1 % від всього інтернет трафіку. Дані рис. 1 свідчать про стрімкий ріст популярності та збільшення долі інтернет трафіку мобільних пристроїв у світі. У 2009 році частка мобільних девайсів складала лише 0,7 %, але з кожним роком та появою нових технологій вона збільшувалася.

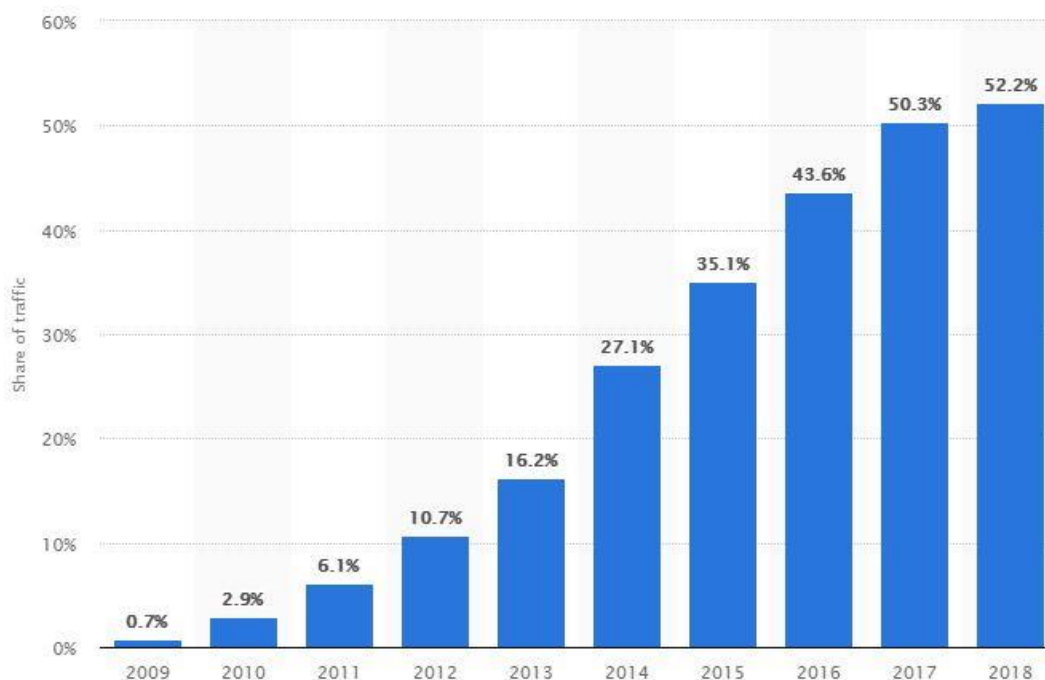


Рисунок 1 – Доля інтернет трафіку мобільних пристроїв у світі

Тому мобільний трафік стає більш значущим і власники веб-сайтів повинні зважати на цю статистику. Як показує практика, користувачі мобільних телефонів і планшетів проводять

менше часу в мережі і обирають сайти з перших рядків пошукової видачі. У той час як користувачі персональних комп'ютерів можуть проводити більше часу в пошуках інформації. Тому веб-сайт повинен бути добре оптимізований для пошукових систем (SEO) і відповідати всім вимогам Mobile First, щоб перебування користувача на сайті було максимально зручним і зрозумілим через його мобільний пристрій.

Тому одними з найважливіших вимог в Mobile First розробці є:

- першочергово треба показати найважливіше, тобто зміст;
- веб-сайт повинен бути легкодоступним і оптимізованим, тому що швидкість підключення мобільної мережі може бути слабкою залежно від місцезнаходження користувача;
- веб-сайт не повинен завантажувати більше ресурсів, ніж потрібно користувачеві для отримання потрібної інформації, тому що мобільний Інтернет все ще залишається дорогим; додаткова інформація повинна завантажуватися тільки на вимогу користувача.

Mobile First – це метод розробки оптимізованого веб для різних мобільних пристроїв з урахуванням швидкості підключення до мережі, важливий для відображення основного змісту.

Використання Mobile First для розробки веб дає великі переваги для цих користувачів у першу чергу:

- один веб-сайт для всіх пристроїв;
- користувачі отримають важливий зміст сторінки в першу чергу;
- швидке завантаження сторінок за умови низької швидкості підключення;
- зручний інтерфейс для навігації в мобільному екрані;
- мінімальна кількість веб-ресурсів необхідних для відображення основного вмісту;
- економія мобільного Інтернет-трафіку;
- топові позиції в результатах пошуку Google.

Список використаних джерел:

1. Оцінка частки WiFi-трафіку від різних мобільних пристроїв, URL: <http://isearch.kiev.ua/uk/news/internet/1046-estimation-share-wifi-traffic-from-a-variety-of-mobile-devices>
2. MOBILE FIRST? ЦЕ ЩО TAKE? URL: <http://travelscode.com/mobile-first-tse-shho-take/>
3. Wroblewski Luke Mobile First. New York, 2011. 130 p. URL: abookapart.com/products/mobile-first



СЕКЦІЯ 6

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

*Василичев Д. В., канд. екон. наук, доцент,
Василичева В. Г.
Запорізький національний технічний університет*

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ ІТ-ПРОДУКЦІЄЮ

В останні роки набуває актуальності процес використання інформаційних платформ для успішного здійснення торгівлі різноманітними товарами та послугами. Раніше, для пошуку контрагента використовували телефонні дзвінки, поштову розсилку, SMS-розсилку, E-mail-розсилку, тощо, з пропозиціями надання відповідних послуг.

В умовах сьогодення, інформаційні платформи використовуються, з одного боку, покупцями, з іншого – продавцями. Використання інформаційних платформ підвищує ефективність продажів за рахунок скорочення часу пошуку контрагента, прискорення комунікаційних процесів, а також вибору найбільш надійного та безпечного клієнта або продавця.

Справа у тому, що більшість інформаційних платформ працюють за умови повної реєстрації користувача (чи то покупець, чи то продавець), яка включає прив'язку, найменування користувача, його електронну адресу та поточний рахунок, з якого будуть списуватися / зараховуватися кошти за виконану роботу.

Найбільшого розповсюдження набули інформаційні платформи, в рамках яких здійснюється продаж ІТ-продукції та ІТ-послуг. Основними користувачами цих платформ є ІТ-компанії, фрілансери, посередники ринку ІТ-продукції з одного боку, і суб'єкти господарювання, які є замовниками ІТ-продукції та послуг з іншого боку.

Для формування позитивного іміджу ІТ-компанії або фрілансера в алгоритмі роботи інформаційних платформ є показник, що відображає рейтинг продавця, який розраховується на базі декількох показників, а саме: кількість укладених контрактів; кількість успішно завершених контрактів; відгуки клієнтів (позитивні або негативні); активність продавця; грошовий оборот користувача за всіма контрактами (проектами) або за певний період.

На сьогодні у світовій торгівлі ІТ-продукцією діють декілька інформаційних біржових платформ до яких приєднано більшість користувачів ринку інформаційних технологій. Серед них можна виділити біржові платформи [Upwork](#), [Freelancer](#), [TopTal](#), [Guru](#), [99designs](#). Найбільш розповсюдженою та ефективною є інформаційна біржова платформа Upwork.

На усіх біржах фрілансу існує показник, який відображає професійний рівень фрілансера або ІТ-компанії. Завдяки йому замовникам легше вибрати кращих фахівців, а професійним виконавцям з гарною оцінкою можна виділитися серед інших учасників і отримати гарні замовлення. На біржі Upwork таким показником є Job Success Score, далі JSS (з англійської – оцінка успішності роботи). Цей критерій показує успішність ІТ-компанії або фрілансера на біржі. Значення JSS розраховується на підставі відгуків клієнтів про співпрацю з контрагентами, а також аналізу діяльності ІТ-компаній на Upwork. Вони оцінюються за шкалою від 0 % до 100 %. Появі Job Success Score в більшості випадків передують статус rising talent (рівень розвитку здатностей), який присвоюється новачкам на біржі, якщо вони вірно заповнюють свій профіль [1].

Щоб JSS почав відображатися у профілі ІТ-компанії необхідно:

- закінчити мінімум п'ять проектів за останні два роки. Близько 90 % ІТ-компаній отримують JSS у свій профіль після 5 виконаних проектів. Але так як Upwork по різному оцінює клієнтів і проекти, то може знадобитися і більше проектів. Практично всі ІТ-компанії отримують оцінку JSS після 8 виконаних робіт;

- замовлення повинні бути, мінімум від 3 різних замовників [2].

Крім цього, потрібно звернути увагу на те, що є замовники, робота з якими не буде враховуватися для JSS. Це клієнти, на яких поскаржилися інші ІТ-компанії за неадекватні оцінки у минулому. Тому робота з такими клієнтами та їх відгуки не зараховуються.

Перед тим як перейти до підрахунку JSS, варто сказати, що точну формулу обчислення не знає ніхто, крім співробітників Upwork. Але якщо дивитися взагалі, то JSS розраховується за формулою (1):

$$\frac{\text{(Позитивні оцінки за проект – Негативні оцінки за проект)}}{\text{Загальна кількість проектів}} \quad (1)$$

Критерії які впливають на показник JSS:

- усі відгуки (публічні та приватні, позитивні та негативні відгуки клієнтів за проект);
- довгострокові відносини з замовниками та кількість проектів від одного замовника (це проекти з регулярними виплатами протягом 3-х місяців і більше. У свою чергу, відсутність таких контрактів ніяк не позначиться на JSS);
- наявність відкликання або виплачених коштів у закритих проектах;
- проекти без активності або тривала відсутність зворотнього зв'язку [1].

Існує думка, що на біржі Upwork реально знайти замовлення тільки з оцінкою JSS 90 % і більше. Це не зовсім так. Відразу можна сказати, що для клієнтів різниця між показниками в 90 % і 95 % є не суттєвою. Тому не варто переживати за невеликі зміни JSS в діапазоні 90 % - 100 %. Маючи таку високу оцінку успішності, ІТ-компанії можуть отримати статус Top rated (високий статус), що зробить ІТ-компанію ще успішнішою і дозволить добре заробляти на цій біржі [1].

Можна працювати з JSS у діапазоні 70 % – 80 %. Це не найвищий рейтинг, але його теж цілком достатньо, щоб укласти контракти на біржі Upwork. З досвіду роботи ІТ-компаній, якщо JSS 75 % на cover letter (супровідні листи, комерційна пропозиція), клієнти відповідали в 2 рази рідше, ніж у разі 90%. Це 2-3 відгуки з 10, і це цілком прийнятна цифра, з якою можна працювати. Більше того, є багато прикладів ІТ-компаній, які підвищували свій JSS з 30 % - 40 % до 100 %. Тому ІТ-компаніям необхідно працювати над власним JSS у напрямі оптимізації таких складових як: cover letter, навички комунікації, профіль.

Щоб у ІТ-компанії був високий JSS (90 % і вище), потрібно:

- мати високі бали у відгуках від замовників. Мають значення як публічні, так і приватні відгуки. Це стосується приватних відгуків, так як зараз рідко можна побачити негативні оцінки у публічних відгуках. Тому перед закінченням проектів можна поцікавитися у замовника, чи сподобалося йому співпраця.
- наявність довгострокових контрактів позитивно впливає на JSS. Тому, якщо проект триває два місяці, потрібно спробувати довести його до позначки в 90 днів, що підвищить показник JSS.
- якнайшвидше закривати неактивні замовлення. Інакше це може знизити оцінку успішності ІТ-компанії.

Отже, щоб підтримувати JSS на високому рівні важливо приділяти достатньо часу підбору клієнтів і проектів, тому що навіть з високим JSS ІТ-компанія може натрапити на неадекватного замовника, або взятися за поганий проект, які в майбутньому можуть негативно позначитися на оцінці профілю.

Список використаних джерел:

1. Upwork для новичка. Job Success Score. Как повысить JSS. URL: <https://profitfreelance.com/upwork-job-success-score/>.
2. Upwork (Elance-oDesk). URL: <https://www.stripesgroup.com/investments/upwork-elance-odesk>.



ТРЕНДИ 2018 РОКУ У СФЕРІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні у світі налічується 3,6 млрд користувачів інтернету. За останні декілька років кількість користувачів має незначний ріст (рис. 1).

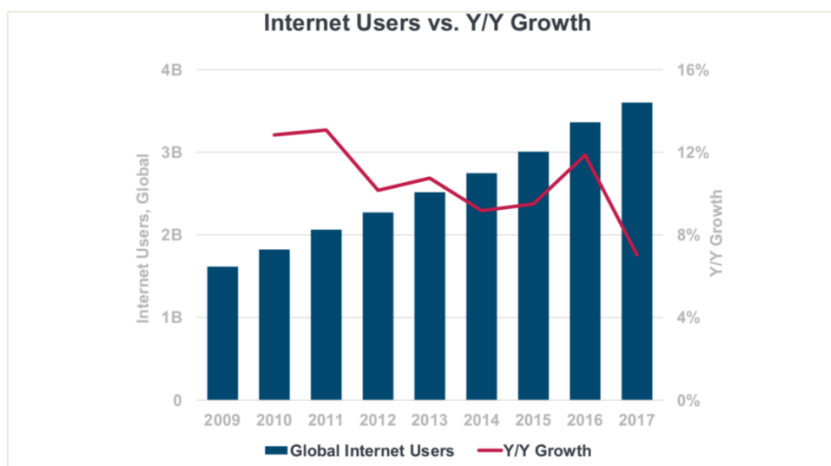


Рисунок 1 – Кількість користувачів інтернету по роках

Проникнення інтернету в усі сфери діяльності людини з 2009 до 2017 року зросло в 2 рази – з 24 % до 49 %. Але ніхто не відмовляється і від великих комп’ютерів. Так, у США створили найпотужніший суперкомп’ютер, випередивши КНР. Кількість операцій в секунду – 200 тис. трлн (200 петафлопс). Його планують використовувати для пошуку зв’язків між генами та онкологічними захворюваннями, а також досліджень в сфері ядерної зброї.

Все більше людей переважно використовують смартфони і гаджети, зараз задіяно майже 1,5 млрд. пристроїв (рис. 2). Графік відображає, що ринок досягнув точки насичення у 2016 році і з того часу зростання не спостерігається.

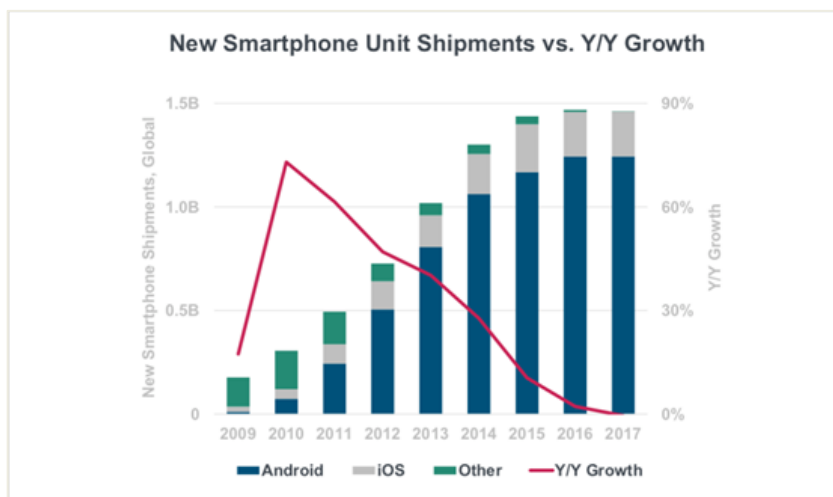


Рисунок 2 – Кількість користувачів смартфонів по роках

Як наслідок юзери використовують мобільні додатки. Це породжує низку ризиків та проблем для компаній, урядів, держав та самих користувачів щодо контролю даних та інтернет-сервісів.

Стрімке впровадження та здешевлення мобільного інтернету дало можливість користувачам генерувати велику кількість даних щоденно. До 2024 року прогнозується, що людство згенерує 163 зеттабайти даних (рис. 3).

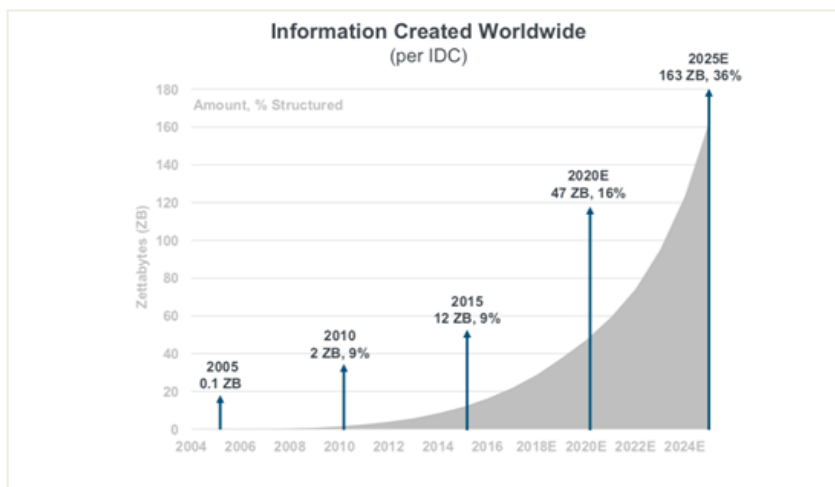


Рисунок 3 – Кількість даних, згенерованих користувачами по роках

Ці дані дозволяють оцінити задоволеність користувачів, персоналізувати пошук і локацію. Штучний інтелект та машинне навчання, велика кількість зображень, розвиток та удосконалення алгоритмів пошуку дозволяють точно визначити об'єкти пошуку, як словесно так і за зображенням. Для пошуку Google на основі картинок за підсумками 2017 року наблизилися до 300 млн. одиниць наборів даних. Інтернет-користувачі продовжують збільшувати час, який проводять в інтернеті, незалежно від форми пристроїв (рис. 4).

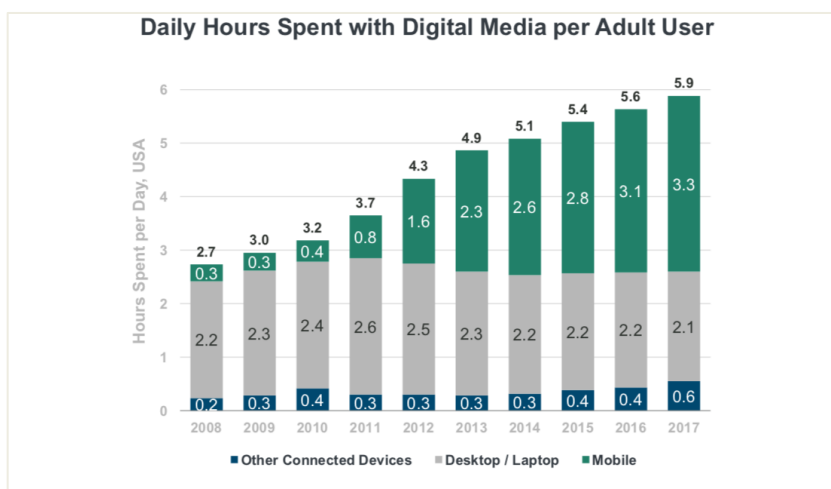


Рисунок 4 – Кількість часу, витраченого в інтернеті по роках

На таке зростання часу, витраченого в інтернеті, впливає кілька факторів: здешевлення пристроїв, особливо смартфонів; перехід на оплату on-line; розвиток e-mail розсилки; упровадження ботів-помічників.

Ці чинники в свою чергу стимулюють вдосконалення: гаджети стають волого- та ударостійкими, з'являються бездротові зарядні пристрої, покращуються технології розпізнавання речі, обличчя.

Продукти та сервіси стають більш простими та доступними. Вони не потребують додаткової підготовки, або надбання якихось навичок, багато сервісів залишаються безкоштовними.

Не останню роль в зростанні інтернет-годин відіграли месенджери. Поширення мобільного інтернету та безкоштовного Wi-Fi доступу за останні три роки яскраво це ілюструють (Рис. 5).

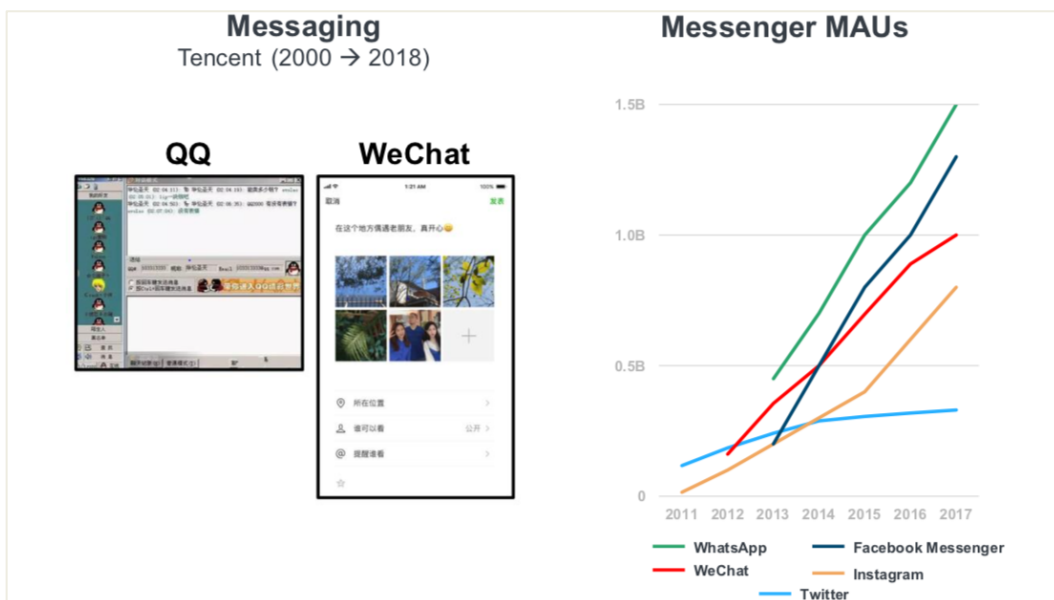


Рисунок 5 – Кількість користувачів, які використовують месенджери, по роках

Заслужують на увагу і тренди в соціальних мережах та електронній комерції, безготівкові розрахунки тощо. Зокрема Національний банк України, нарешті, упроваджує безпаперову форму роботи. У тому числі, почали впроваджувати електронні чеки – можливим стало використання гаджетів замість касових апаратів. У рамках модернізації платіжного простору передбачається перехід на міжнародний стандарт визначення рахунків IBAN і відмова від пластикових карток. Технології банку користувача і НБУ будуть гарантувати можливість дистанційного доступу до рахунку і безпеку транзакції з використанням безкарткових технологій.

Список використаних джерел:

1. Мікер М. «Internet trends 2018». *Internet Trends report* / КРСВ. URL: <http://www.kpcb.com/internet-trends> (Дата звернення: 31.05.2018).
2. Національний банк України. *Новини*. URL: <https://beta.bank.gov.ua/> (Дата звернення: 06.06.2018).



*Грінберг Л. Ф, канд. іст. наук, доцент,
Київський національний університет культури і мистецтв*

ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

На шляху до євроінтеграції перед Україною гостро постала проблема реформування структури державного управління на різних рівнях для оптимізування їх роботи та зменшення корупції. Протириччя між громадськістю і владою створило умови для зміни ситуації в українському суспільстві. Система електронного урядування побудована на принципах пріоритетності інтересів людини, передбачає гарантування їй права на інформацію, надання широкого спектру можливостей для створення й накопичення знань та інформації, вільного доступу, користування, розповсюдження та обміну інформацією, у здійсненні інших дій з інформацією та даними, які прописані у ряді декларацій та конвенцій, визначені вітчизняним і міжнародним законодавством. Розвиток української держави у процесі формування інформаційного суспільства, орієнтованого на інтереси людей, вимагає сучасних форм державного управління.

Електронне урядування є головним інструментом становлення і розвитку інформаційного суспільства, за допомогою якого публічне управління стає дедалі відкритішим і прозорішим.

Теоретичні, методологічні та практичні питання розвитку електронного урядування висвітлено у працях А. Дуди, Т. Джиги, О. Загвойської, О. Ємельяненко, І. Лопушинського, С. Чукут та ін.

Дослідження інформаційних технологій у державному управлінні здійснили вітчизняні науковці Є. Архипова, А. Баранов, Д. Дубов, К. Линьов, П. Клімушин, А. Серенок, А. Семенченко та ін.

Проблеми становлення й розвитку електронного урядування в Україні досі залишаються недостатньо дослідженими. Нині дуже актуальним є вивчення перешкод на шляху впровадження електронного урядування й існує потреба різнобічного наукового аналізу.

Розбудова інформаційного суспільства в Україні має на меті забезпечення вільного доступу громадян до інформації, інформаційно-комунікативних технологій, з гарантією кожній людині задоволення власних інформаційних потреб, високої якості життя та у подальшому покращення рівня розвитку суспільства.

На думку Є. Архипової, електронне урядування, що забезпечує відкритість та прозорість діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування, дає змогу громадянам, юридичним особам та неурядовим організаціям дистанційно звертатися до державних органів і в режимі реального часу оптимізувати комунікації суб'єктів та об'єктів державного управління. [1]

Громадяни України активно опановують сучасні інформаційно-комунікативні технології, використовуючи їх у повсякденному житті і скорочуючи часові та матеріальні витрати. Так, громадськість знайомиться із механізмами та інструментами електронного урядування в Україні, що разом із вивченням зарубіжного досвіду в цій сфері прискорює реалізацію Концепції електронного урядування в нашій державі. [5]

Слід зазначити перешкоди, які конче необхідно подолати найближчим часом: недостатність фінансування державних органів та органів місцевого самоврядування, низький рівень знань щодо основних характеристик та позитивних наслідків впровадження електронного урядування серед службовців державних установ та організацій та власне громадян.

Ситуацію також ускладнює погана координація суб'єктів, зацікавлених у впровадженні інструментів електронного урядування, відсутність дієвих механізмів контролю у сфері електронного урядування та інформатизації, а також відсутність загальноприйнятих стандартів щодо впровадження та оцінювання рівня розвитку електронного урядування. Особливою проблемою є низький рівень комп'ютерної грамотності державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, нестача закладів, здатних інформувати населення щодо переваг та можливостей електронного урядування, а також забезпечити якісну підготовку та підвищення кваліфікації відповідних кадрів, коло професійних компетенцій яких повинно містити інформаційні системи, які реалізують механізми функціонування електронного урядування, мають вільно володіти технологіями інформаційного аналізу, знати способи налагодження ефективної комунікації державних органів між собою, а також з громадськістю, засобами масової інформації, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими в інформаційній взаємодії суб'єктами. [6; 7]

Отже, розвиток електронного урядування сприяє формуванню держави сучасного типу, яка орієнтована, насамперед, на забезпечення вільної реалізації прав та свобод своїх громадян. Якісна побудова системи електронного урядування має позитивно впливати на загальний хід та наслідки проведення подальших радикальних реформ в українському суспільстві, насамперед, соціальної і економічної, розбудови соціальної держави з впливовими інституціями громадянського суспільства, особливо з тих питань, де великого значення набувають методи та форми взаємодії державних органів та органів місцевого самоврядування із суспільством. [8]

Фахівці інформаційного профілю на початковому рівні професійного становлення повинні вміти використовувати, розробляти засоби і методи опрацювання інформації в системах електронного урядування, забезпечуючи інформаційний супровід й оптимізацію всіх видів робіт з електронного урядування.

Список використаних джерел:

1. Архипова Є. О. Електронне урядування як форма організації державного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. № 5. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=855>.
2. Клімушин П. С., Серенок А. О. Електронне урядування в інформаційному суспільстві. URL: <http://www.nbuuv.gov.ua>.
3. Лопушинський І. П. Упровадження електронного урядування в роботу органів виконавчої влади України як вагома складова реформування державної служби. *Публічне управління: теорія та практика*: збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. Харків : Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. № 2. С. 194–198.
4. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. №2657-ХІІ. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 48. Ст. 650.
5. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: Розпорядження КМУ від 20.09.2017 № 649-р. URL: http://search.liga-zakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR170649.html.
6. Семенченко А. І. Електронне урядування в Україні: проблеми та шляхи вирішення. *Електронне урядування: міжнародний науковий фаховий журнал*. 2010. № 1. С. 6–17.
7. Семенченко А. І., Власенко Р. В. Кадрове забезпечення електронного урядування в Україні. / Інформаційна складова державної політики та управління : монографія. К. : К.І.С., 2015. С. 299–307. Авт.: С. 300–305.
8. Електронний уряд : науково-практичний довідник / Уклад.: С. А. Чукут, І. В. Клименко, К. О. Линьов; за заг. ред. С. А. Чукут. К. : Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, ін-т підвищ. кваліфікації керів. кадрів, 2007. URL: http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Elektronnij-uryad_nauk_prak-dovidnik_CNhukut_Linov_Klimenko.pdf.



*Анісімова О. М. д-р екон. наук, професор,
Денисова К. О.*

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

SWOT-АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ELECTRONIC DATA INTERCHANGE В ТРАНСПОРТНИЙ СЕКТОР

Мета дослідження: на основі SWOT-аналізу виділити основні напрями ефективного впровадження Electronic Data Interchange технологій на транспортному підприємстві.

Технології Electronic Data Interchange можуть зробити транспорт більш безпечним і більш автоматизованим. Такі технології можуть привести до скорочення кількості і серйозності нещасних випадків, попередивши водіїв про небезпечні умови і ситуації та, за необхідності, уникнути втручання під час водіння. [1]. Вони можуть застосовувати правила безпеки, запобігати небезпечному водінню, контролювати потік навантажень для різних автомобілів і контейнерів. Electronic Data Interchange можуть захистити вразливих учасників дорожнього руху, вони більш значимі для водіїв, при цьому надають можливість пішоходам і велосипедистам контролювати дорожній рух в цілому [2].

Перевантаженість є серйозною проблемою для всіх видів транспортних підприємств. Тому підвищення ефективності існуючих транспортних систем є основною метою програм Electronic Data Interchange у всьому світі.

Моніторинг навколишнього середовища підприємства та оцінка різних зовнішніх і внутрішніх параметрів навколишнього середовища є дуже важливими, для кількісної оцінки

впливу економіки, політики і фінансових програм на впровадження новітніх інформаційних технологій [3].

Під час проведення SWOT-аналізу необхідно виділити такі кроки до ефективного впровадження Electronic Data Interchange-технологій на транспортному підприємстві:

1. Необхідно розглянути проблеми впровадження Electronic Data Interchange як соціальні, зробивши акцент на тому, що через відсутність Electronic Data Interchange підприємство буде зазнавати значних втрат з точки зору часу, здоров'я співробітників, мобільності.

2. Слід створити інтеграцію різних зв'язків між транспортними програмами за загальними принципами: доступність, мобільність, безпека руху та безпека навколишнього середовища.

3. Підготовку до впровадження слід проводити за допомогою залучення державних довгострокових розробок Electronic Data Interchange і перехідної програми разом із відповідними регіональними та місцевими програмами.

4. Важливим кроком є визначення чіткої і точної компетентності та відповідальності структури, яка працювала в області розвитку Electronic Data Interchange, і передбачити її координаційні дії в подальшому впровадженні.

<p style="text-align: center;">Сильні сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модернізація управління рухом за участю Electronic Data Interchange, гарантує безпеку і збільшення пропускної здатності доріг; • Досить щільна мережа транспорту і комунікацій сприятлива для впровадження транспортних технологій; • Міські та регіональні громади і суспільство все більше усвідомлюють переваги, що надаються застосуванням рішень Electronic Data Interchange; • Отримання сприятливого економічного ефекту від впровадження Electronic Data Interchange. 	<p style="text-align: center;">Слабкі сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> • Значно низький рівень технічних і організаційних знань у цій галузі; • Низькорівнева політична і громадська обізнаність та підтримка; • Невизначене фінансування з державних і приватних джерел; • Труднощі міжвідомчого співробітництва; • Заходи щодо вдосконалення інфраструктури дорожньої інформації недостатньо застосовуються, і їх ефективність в області безпеки дорожнього руху незадовільна.
<p style="text-align: center;">Можливості</p> <ul style="list-style-type: none"> • Створення бази даних про дорожньо-транспортні пригоди; • Модернізація управління рухом та контролю за участю Electronic Data Interchange, із забезпеченням трафіку безпеку і збільшенням пропускної здатності дороги; • Підтримка науково-дослідних програм і використання можливостей розгортання Electronic Data Interchange шляхом тісної співпраці із зацікавленими сторонами. 	<p style="text-align: center;">Загрози</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дороги не будуть відповідати технічним вимогам якості; • Витрати на некваліфіковані кадри та помилки під час первинного впровадження системи; • Швидкий розвиток Electronic Data Interchange в зарубіжних країнах.

Рисунок 1 – SWOT-аналіз впровадження технологій Electronic Data Interchange в транспортний сектор

Техніка SWOT розроблена з базової структури, в якій створення умов для сеансу мозкової атаки достатньо, щоб відповісти на чотиристоронній запит, і в подальшому сформувані більш детальну SWOT-стратегію. Такий аналіз втілює в собі набір з чотирьох заздалегідь

визначених стратегічних рішень для розвитку Electronic Data Interchange-технологій, які мають важливу практичну значимість, оскільки акцент робиться на їх спільному впливі, а не на впливі окремих факторів транспортної сфери в цілому (рис 1). Отже, SWOT-аналіз розвитку Electronic Data Interchange дозволяє зробити такі висновки:

1. У разі використання можливостей впровадження технологій Electronic Data Interchange на підприємстві відкриваються перспективи створення бази даних про дорожньо-транспортні пригоди, модернізації управління рухом і подальшого його контролю за участю Electronic Data Interchange. Тим самим забезпечується трафік безпеки і збільшується пропускна здатність дороги;

2. Здійснюється підтримка науково-дослідних програм і використання можливостей розгортання Electronic Data Interchange шляхом тісної співпраці із зацікавленими сторонами [4].

Однак, під час впровадження інноваційних рішень на підприємстві слід враховувати такі проблеми:

1. Дорожня система може не відповідати технічним і вимогам до якості транспортної мережі в цілому;

2. Слід також враховувати фінансові втрати у разі впровадження Electronic Data Interchange, які є досить витратними.

Рішення про Electronic Data Interchange-архітектуру має враховувати певні місцеві обставини. Це буде виражено з урахуванням функціональних вимог, логістичної архітектури та організаційної архітектури [5].

У той час як середовище Electronic Data Interchange є складним і багатоаспектним, проблема його створення має бути розглянутою на всіх рівнях управління підприємством, а також зацікавленими сторонами [6].

Висновки. Для кращого інформування громадськості, для більш чіткого пояснення Electronic Data Interchange необхідно забезпечити терміновий випуск популярних, легкодоступних публікацій про Electronic Data Interchange та їхні можливості.

Список використаних джерел:

1. Бакаев А. А., Кутах А. П., Пономаренко Л. А. Теоретические основы логистики : Учебник: В 2 т. М. : Киев. ун-т экономики и технологий транспорта, 2013. Т. 1. 430 с.
2. Забуранная Л. В. Система электронного обмена данных (EDI) как ключевой аспект построения современной информационной логистической системы. *Внешняя торговля: право и экономика*. 2017. № 2. С. 22 – 25.
3. Качуровский В.Е Информационная логистика // Вестник Национального университета «Львовская политехника»- 2014. - №690. - С. 53-59.
4. Качуровский В. Е., Волонтир Л. А. Создание логистических информационно-программных модулей на основе логико-временных функций. - *Вестник Национального университета «Львовская политехника»*. 2015. № 633. С. 294 – 300.
5. Коваленко А. А., Марценюк Т. А., Яворская И. А. Проблемы использования информационных логистических систем на украинских предприятиях. *Экономическое пространство*. 2014. №19. С. 274 – 282.
6. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. ред. В. И. Сергеева. М. : ИНФРА-М, 2014. 976 с.



ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Тема розвитку галузі культури в Україні та її документаційного забезпечення є актуальною для сучасного документознавства, архівознавства, а також культурології. Вона зумовлена необхідністю наукової оцінки стану та постійного регулювання інформаційно-документаційного забезпечення управління документаційними процесами в системі культури в її численних проявах та структурах, видах і формах. З огляду на постійні зміни сучасної правової та інформаційно-комунікаційної складової цього процесу, вдосконалення системи управління документацією та її презентації для суспільства є важливою регуляторною функцією держави, яка зацікавлена у продукуванні, організації оперативної роботи з документами та збереженні комплексів документів, що відображають діяльність державних структур та інших сфер суспільства, розвиток науки, культури і суспільства в цілому.

Сьогодні Україна зіткнулася з комплексом різноманітних проблем, пов'язаних із управлінням культурної діяльності. Ще у 2005 р. виникло питання про реформування галузі культури. Найголовнішими проблемами цієї галузі були неадекватне розуміння ролі культури і відповідність ролі держави в культурному секторі новим реаліям. Що, зокрема, позначилося на:

- збереженні монополії держави на прийняття рішень у сфері культури та її безвідповідальності за досягнуті результати;
- недостатньому фінансуванню культури та неефективному використанні обмежених бюджетних ресурсів;
- відсутності середньо- і довгострокових програм, що впливали б з чітко визначеної політики розвитку культури;
- розриві інформаційного та культурного простору й розокремленості культурно-мистецького середовища;
- відсутності всебічного аналізу, моніторингу культури та належної системи оцінки результатів цієї діяльності [2].

Однак реформування у сфері культури просувається дуже повільно. Лише через десять років, у 2016, ухвалюється Довгострокова стратегія в галузі культури до 2025 р., яка стала результатом численних обговорень у професійних та громадських колах на регіональному і місцевому рівні, містила врахування аналітичних оцінок і рекомендацій експертів, менеджерів культури та представників державних закладів культури і недержавних організацій культури.

Прийнята напочатку 2016 р. Довгострокова стратегія розвитку української культури має сприяти творчій активності громадянина і формуванню в Україні громадянського суспільства європейського рівня, що передбачає забезпечення реалізації політичних, громадянських, економічних, соціальних і культурних прав громадян, засвоєння та використання новітніх знань і технологій, збереження безцінної культурно-духовної спадщини. Стратегія визначає основні напрями діяльності, які мають вивести сферу культури і творчості з периферії суспільно-політичних інтересів, забезпечивши їй провідне місце в суспільно-економічному розвитку України [1].

Стратегія передбачає фундаментальні зміни в загальній політиці і реформуванні структури Міністерства культури України; проведення інвентаризації та модернізації мережі закладів культури; запровадження нових форм діяльності клубних закладів, центрів народної творчості та культурно-освітніх центрів з урахуванням досвіду держав – членів ЄС та впровадження сучасних інформаційних технологій; створення єдиної уніфікованої бази даних про аматорські колективи, клубні об'єднання та базову мережу клубних закладів; створення системи грантової підтримки для заохочення успішних закладів культури і поширення кращого

досвіду їх діяльності; розширення можливостей закладів культури для провадження самостійної фінансової та господарської діяльності; запровадження обов'язкової контрактної форми роботи у сфері культури та конкурсної процедури призначення керівників державних та комунальних закладів культури [1].

У Довгостроковій стратегії стверджується, що розвиток сфери культури протягом тривалого часу не був пріоритетним у державній політиці, йому не приділялася належна увага та не надавалася підтримка з боку державної влади, що привело до виникнення негативних явищ та конфліктів в українському суспільстві, оскільки сфера культури є важливим показником реалізації прав людини, зокрема таких як право на ідентичність, національну пам'ять, почуття власної гідності та соціальної злагоди. Західний досвід розвитку стратегій культури показав можливості творчого самовираження та оновлення традицій, розвитку творчої економіки, інноваційної політики та активної участі громадськості в побудові сучасної та демократичної держави. У Довгостроковій стратегії визнається, що ефективність культурного розвитку залежить від взаємодії та відповідальності державних органів за стан культури, а також від міжнародної співпраці, міжкультурного діалогу.

Одним із основних напрямів реформ має стати модернізація та удосконалення інструментів документаційного забезпечення сфери управління культурою, що передбачає інвентаризацію та оцінку наявних інструментів підтримки та впливу на сферу культури та їх постійний моніторинг, зокрема визначення ефективності застосування таких інструментів (правових чи фінансових).

У Довгостроковій стратегії доступність культурних надбань і культурних ресурсів має стати важливою передумовою соціального та духовного розвитку, творчої реалізації особистості. Зокрема, йдеться про доступність нових технологій та сучасних форм культурного самовираження незалежно від місця проживання, статусу, приналежності до певної соціальної чи етнічної групи; незалежно від майнового статусу, походження, статі.

Стратегія має сприяти обміну та мобільності творчих людей та ідей, подоланню стереотипів минулого та застарілих схем організації культурного процесу, підвищенню ефективності культурної дипломатії, а також розвитку надійного міжнародного партнерства і формуванню міжнародної підтримки.

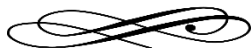
Має бути переглянута й діюча мережа державних і комунальних закладів культури, наповнитися новим змістом, новими можливостями та знаннями, щоб ефективно надавати гарантовані Конституцією України послуги та забезпечувати реалізацію права громадян на доступ до культури та участь у культурному житті. Сучасні технології документаційного забезпечення процесів управління мають стати невід'ємним атрибутом діяльності закладів культури та мистецької освіти, що мають враховувати глибокі зміни, що відбулися в суспільстві, у розвитку технологій та у сфері культури і мистецтва, формуванні творця та виробника культурних продуктів та активного одержувача або споживача [1].

З огляду на стратегію культури провідним елементом державної політики, спроможної забезпечити стійкий розвиток, високу конкурентноспроможність української культури, повинен стати модернізований державний протекціонізм. Впровадження системи протекціоністських заходів дає можливість зберегти присутність національного культурного продукту на ринку, що сприятиме стабільному розвитку вітчизняних культурних цінностей, а відтак і розвитку національної культури у всій її цілісності. Розв'язання проблем розробки й реалізації державної політики потребує якісного документаційного супроводу та інформаційно-аналітичного забезпечення.

Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія реформ до 2025 р., передбачає суттєві зміни у культурній політиці та врахування європейських цінностей, забезпечення реалізації політичних, громадянських, економічних, соціальних і культурних прав громадян, засвоєння та використання новітніх знань і технологій, збереження безцінної культурно-духовної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегії реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.02.2016 № 119-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80>. – Назва з титул. екрану.
2. Постанова Верховної Ради України Про Рекомендації парламентських слухань «Культурна політика в Україні: пріоритети, принципи та шляхи реалізації». Київ, 2005. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2680-iv>. – Назва з титул. екрану.



*Лаврентьєва Л. В.,
Маріупольський державний університет, м. Маріуполь*

ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Різкі неконтрольовані зміни у зовнішньому середовищі висувають жорсткі вимоги до побудови сучасної системи економічної безпеки на підприємстві. Вона повинна враховувати всі існуючі загрози, а також прогнозувати потенційну небезпеку для мінімізації негативного впливу на діяльність підприємства.

Т. Г. Васильців зазначає, що можливість появи економічних загроз і небезпек для підприємства виникає насамперед через конфлікт інтересів суб'єктів підприємницького середовища (а також засобів їхнього досягнення) і дії чинників зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування [2, с. 26]. Д. Зеркалов під поняттям «загрози економічній безпеці підприємства» розуміє дію дестабілізуючих природних і/або суб'єктивних чинників, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією та порушенням законів і норм, що може спричинити потенційні або реальні втрати для організації [3, с. 272].

Основною метою під час мінімізації впливу ризиків є їх постійний моніторинг. Для цього необхідно чітко з'ясувати показники, за якими його проводити. Моніторинг показників дає можливість передбачити загрозу економічній безпеці, а далі – визначення необхідної стратегії. Стратегія може бути направлена на усунення наявних чи запобігання можливих загроз економічній безпеці підприємства або спрямована на запобігання впливу наявних або можливих загроз чи на компенсацію збитку.

Стратегічне управління ризиками та їх впливом на економічну безпеку підприємства містить, по-перше, визначення переліку контрольованих показників. Від правильності обраних показників (індикаторів) та їх значення залежить ступінь адекватності оцінки ризику, а також можливість запобігання загрозам. По-друге, охоплює контроль обраних значень, а саме моніторинг внутрішніх та зовнішніх ризикових факторів, визначення рівня наявної небезпеки, а за потреби – прийняття відповідних управлінських рішень щодо його зниження чи запобігання. І нарешті коригувальні дії, обрання методу управління ризиком залежно від його рівня.

Для нейтралізації будь-яких загроз економічній безпеці на підприємстві керівництво повинно всі свої зусилля спрямувати на створення та підтримку власної системи безпеки. Тут мається на увазі сукупність органів управління, функціональних служб, засобів і методів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз.

Оскільки кожне підприємство має свої особливості, різний виробничий потенціал, ризикованості виробництва, секретні документи і технології, то система економічної безпеки не може бути шаблонною для усіх господарюючих суб'єктів. Вона повинна мати комплексний характер, тобто гарантувати майнову, фінансову, інтелектуальну, інформаційну, науково-технічну, екологічну безпеку підприємства.

Здебільшого до основних завдань системи економічної безпеки суб'єкта господарювання належать:

- захист законних прав та інтересів підприємства і його співробітників;
- збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку подій;
- вивчення партнерів, конкурентів, споживачів, майбутніх співробітників підприємства;
- своєчасне виявлення можливих загроз підприємству та його співробітникам з боку зовнішнього середовища;
- недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, злочинців й окремих осіб з протиправними намірами;
- протидія технічному проникненню в злочинних цілях;
- забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей, що становлять комерційну таємницю підприємства;
- отримання необхідної інформації для прийняття найбільш оптимальних управлінських рішень з питань стратегії і тактики економічної діяльності підприємства;
- сприяння у формуванні серед споживачів і ділових партнерів позитивної думки про підприємство;
- контроль за ефективністю функціонування системи безпеки, удосконалення її елементів.

Тільки дієва система економічної безпеки підприємства може створити реальні умови для його ефективного функціонування, досягнення бізнес-цілей в умовах жорсткої конкуренції шляхом своєчасного виявлення та нейтралізації різноманітних загроз та небезпек.

Для нейтралізації небезпечних факторів та підтримки життєдіяльності підприємства необхідні такі умови: по-перше, чітке бачення стратегічної цілі подальшого розвитку підприємства; по-друге, інформація про поточний стан зовнішнього середовища та передбачення його можливої зміни в майбутньому, оскільки без таких знань неможливо заздалегідь передбачити вплив зовнішнього середовища на підприємство та, відповідно, розробити заходи, які можуть швидко його нейтралізувати; по-третє, інформація про стан та можливі зміни (відповідно до умов зовнішнього середовища) внутрішнього середовища за допомогою певних фінансових показників.

Ймовірність виникнення загроз існує тоді, коли негативний розвиток ситуації в середовищі накладається на слабкі сторони підприємства. Тут слід миттєво реагувати на виявлення загрози, щоб уникнути масштабного ураження. Поєднання факторів, загроз та можливостей, котрі негативно та позитивно діють на підприємницьку діяльність та об'єктивно існують у зовнішньому середовищі й суб'єктивно оцінені керівництвом з відносно сильними та слабкими сторонами, виявляються під час здійснення SWOT-аналізу. Цей метод аналізу дає можливість ухвалювати виважені управлінські рішення, формувати стратегію підприємства, виявляти неефективні заходи, які також можуть виступати в ролі загрози.

Загалом, для вдосконалення економічної безпеки підприємства, для підвищення її рівня захищеності у разі протистояння загрозам, можна виділити такі напрями: фінансова стійкість і незалежність підприємства; належний техніко-технологічний рівень виробництва; висока професійність менеджменту; зниження рівня залежності від політичної ситуації в країні; якісне правове забезпечення.

Отже, щоб вижити у конкурентному ринковому середовищі, підприємствам необхідно ухвалювати нетрадиційні та сміливі рішення. Це, в свою чергу, також підвищує рівень ризику, що може негативно позначитися на економічній безпеці. За таких умов підприємства мають своєчасно ідентифікувати і правильно оцінювати рівень ризику, ефективно управляти ним з метою обмеження його негативного впливу.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія. Львів : Арал, 2008. 384 с.
2. Зеркалов Д. В. Безпека комерційної діяльності: у 2 кн. Кн. 2: Захист. Довідник. К. : Основа, 2006. 800 с.



Сиволап Л. А., канд. екон. наук, доцент,
Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Термін «аутсорсинг» («outsourcing») походить від англійського «outside resource using» – використання зовнішніх ресурсів. Уведення цього терміна в теорію менеджменту Б. Анікін і деякі інші вчені пов'язують із використанням ресурсів зовнішніх організацій або провайдерів (від англ. to provide – «надавати послуги»). Аутсорсинг набув розповсюдження у зв'язку з розвитком інформаційних систем і технологій. Початок «епохи аутсорсингу» пов'язують з 60-х рр. ХХ ст., зокрема з 1962 р., коли було засновано Electronic Data System Corporation (EDS) [1].

Визначимо передумови впровадження аутсорсингу:

– висока динаміка бізнесу (придбання, підвищення частки участі, продаж активів). Необхідна наявність технологій швидкого реагування на зміни в бізнесі – гнучке залучення ресурсів під необхідні проекти;

– вивільнення часу керівників для функцій стратегічного управління, передача «рутинних» операцій з реалізації проектів сервісної компанії;

– відсутність спеціальних навичок. Багато проектів вимагають технічних знань, яких немає у працівників компанії. Це пояснюється як тим, що компанія не може найняти фахівців, які володіють необхідним рівнем підготовки, так і недоцільністю їх залучення на повний робочий день;

– підвищення якості обслуговування. Багато компаній звертаються до аутсорсингу для того, щоб підвищити рівень узгодженості дій своїх служб. Наприклад, нерідко буває так, що в кожному з підрозділів великої компанії створюється своя служба технічної підтримки, і кожна з цих служб виконує доручені їй завдання на своєму рівні. Передача всіх функцій технічної підтримки єдиного постачальника дозволяє стандартизувати обслуговування і гарантує відповідний рівень сервісу;

– удосконалення управління процесами. Постачальники послуг аутсорсингу заробляють гроші за рахунок стандартизації процесів;

– досягнення об'єктивності. Технічний персонал часто не бажає відмовлятися від технологічної бази, яку він добре знає, і не в змозі ухвалити оптимальне рішення без допомоги неупередженого консультанта [4].

Аутсорсинг виступає як новий інструмент у механізмі управління підприємством. Використання аутсорсингу дає можливість підприємству стабілізувати свій економічний стан та наростити конкурентоспроможність. Однак, незважаючи на велику кількість переваг, аутсорсинг також має значні недоліки, тому перш за все керівництву перед впровадженням аутсорсингу на підприємстві необхідно розглянути всі позитивні та негативні наслідки саме для власного підприємства.

Враховуючи актуальність та проблемність аспектів аутсорсингу, виникає потреба подальшого дослідження з метою проведення аналізу та оцінки ефективності впливу застосування аутсорсингу на фінансово-економічну діяльність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Аалдерс Р. Аутсорсинг : практическое руководство. М. : Альпина Бизнес Букс, 2003. 470 с.
2. Зорій О. М., Коваленко Т. В. Особливості застосування аутсорсингу. *Економічний аналіз*. 2013. № 3. Т. 14. С.18 – 28.
3. Мельнік М. А., Калька Т. А. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2. Т. 24. С. 98 – 105.

4. Бутов А. М. Передумови та перспективи використання аутсорсингу в діяльності вітчизняних підприємств. *Наукові записки. Економіка*. 2012. № 19. С. 466.



*Січко Т. В., канд. техн. наук, доцент,
Вінницький національний аграрний університет*

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Основною причиною, яка спонукає підприємство здійснювати системний аналіз своєї діяльності, є виявлення найбільш слабких і вразливих місць функціонування підприємства, аналіз переваг нових бізнес-процесів і ступені зміни існуючої структури організації бізнесу. Аналіз недоліків і «вузьких місць» починають з побудови моделі існуючої організації роботи, яка базується на документації (посадових інструкцій, положень про підприємство, наказів, звітів і т. і.), анкетуванні і опитуванні службовців підприємства. Отримана модель служить для виявлення некерованих робіт, робіт, не забезпечених ресурсами, непотрібних і неефективних робіт, дубльованих робіт та інших недоліків в організації діяльності підприємства. Виправлення недоліків, перенаправлення інформаційних і матеріальних потоків приводить до створення моделі ідеальної організації діяльності підприємства, яка потрібна для аналізу альтернативних / кращих шляхів виконання роботи й документування того, як підприємство буде робити бізнес у майбутньому.

Пропонується розглянути застосування методів системного аналізу для оптимізації процесів заготівельної логістики на підприємстві, які направлені на своєчасне і максимально можливе економічно ефективно задоволення господарських потреб підприємства в сировині шляхом створення виробничих і комерційних запасів в асортименті і об'ємах, що визначаються закупівельною політикою та виробничо-комерційними планами підприємства за допомогою виділених ресурсів. Бізнес-процес закупівлі сировини належить до основного типу господарських процесів підприємства.

Пропонується модель бізнес-процесу закупівлі сировини побудувати засобами структурно-функціонального аналізу в нотації IDEF0. У нотації IDEF0 модель бізнес-процесу описується за допомогою IDEF-діаграм, які складаються з блоків та стрілок (рис. 1).

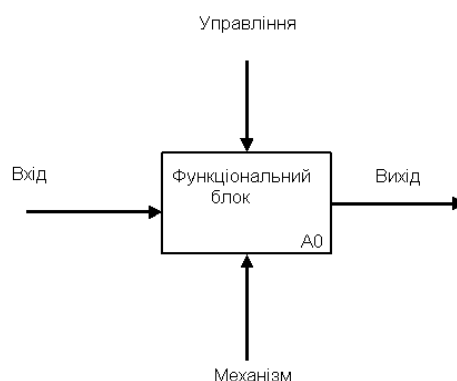


Рисунок 1 – Модель бізнес-процесу в нотації IDEF0

Блоки на IDEF-діаграмі представляють собою функції і показують, що повинно виконуватися. Усі функції бізнес-процесу містяться в блоці контекстної діаграми, яка в свою чергу декомпонується на підфункції. Стрілки, які з'єднуються з блоками, представляють матеріальні

об'єкти або інформацію, яку потребує або виробляє функція. Стрілки входу і виходу показують, що робиться функцією, управління показує, чому це робиться, а механізм показує, як це робиться.

Для опису бізнес-процесу закупівлі сировини використовуються такі компоненти:

- входами бізнес-процесу закупівлі сировини є: дані маркетингових досліджень, які характеризують стан ринку сировини в регіонах інтересів підприємства і визначають можливості потенціальних закупок сировини; дані поточного стану виробничих і комерційних запасів сировини в пунктах зберігання; план потреб підприємства в сировині певного асортименту, об'ємів, якості і вартості для оптимального завантаження виробничих потужностей;

- виходами бізнес-процесу закупівлі є: документована інформація і дані за результатами процесу заготівельної логістики; фактичний стан виробничих і комерційних запасів сировини;

- ресурсами (засобами реалізації) бізнес-процесу закупівлі є: персонал відділу закупівлі; інформаційно-технічне забезпечення системи управління;

- нормативними документами, що регулюють бізнес-процес є: відповідні законодавчі і нормативно-правові акти з питань промислового комплексу, документація підприємства з питань заготівельної логістики.

Отже, моделювання бізнес-процесів підприємства дозволяє виконувати системний аналіз його діяльності, виявляти недоліки в організації діяльності, а також створювати модель ідеального бізнес-процесу.

Список використаних джерел:

1. Пономаренко В. С., Мінухін С.В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

2. Оптимізація бізнес-процесу для глобальної конкуренції.
URL:<http://www.managment.com.ua/cm/cm036.html>.

3. Переваги моделювання бізнес-процесів – Бізнес-консалтинг 3D VOK Group.
URL:<http://3dvok.com/ua/modeling-advantages>.



*Хачатрян В. В., канд. екон. наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-
економічного університету*

АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

Динамізм ринкових умов функціонування сучасних підприємств спричиняє невизначеності та ризики. Міжнародна інтеграція, посилення конкурентної боротьби стимулюють підприємства концентрувати увагу на формуванні власних переваг, підвищувати рівень обґрунтованості управлінських рішень. За цих умов важливо розробляти та реалізовувати управлінські рішення, які б спрямовувалися на розвиток підприємницького потенціалу, як діалектичної єдності ресурсів, можливостей, здатності проявляти ділову активність на ринку, задовольнити інтереси власників, персоналу підприємства та кінцевого споживача.

Теорія визначення, формування та вимірювань потенціалу підприємства знаходиться ще на етапі формування. Ще менше дослідженими є аспекти управління підприємницьким потенціалом. Дотепер не досягнуто консенсусу щодо її базових понять, не накопичено необхідного для успішного конкурування та розвитку цієї галузі економічної теорії різноманіття наукових ідей та методичних підходів, не досягнуто належного рівня чіткості міркувань та обґрунтованості застосованих під час оцінки потенціалу підприємств прийомів та методів. Наслідком

цього є недостатній рівень обґрунтованості, об'єктивності та точності самих оцінок підприємницького потенціалу.

Сьогодні необхідно констатувати негативні тенденції показників щодо зміни обсягів виробництва промислових підприємств. Так, певне пожвавлення розвитку, яке спостерігалось в посткризовий період, мало місце у 2010–2012 роках. Однак дестабілізація ситуації в країні, яка намітилась уже в кінці 2013 року спричинила негативний вплив на економічну ситуацію та розвиток підприємств.

Можливості ефективного управління підприємницьким потенціалом промислових підприємств України значною мірою залежать від рівня професійної підготовки менеджерів, практичних управлінських навиків, інформаційного та інституційного забезпечення, а також від динамічних ринкових процесів, що постійно відбуваються на макро-, мезо- та макрорівнях.

Практичні аспекти діяльності вітчизняних підприємств мають свої специфічні особливості. Так, загострюється конкурентна боротьба не лише за ринки збуту, за клієнтів, але і за джерела отримання ресурсів. Суттєві конкурентні переваги можуть мати ті підприємства, що мають можливість отримувати якісну, дешеву та дефіцитну сировину. Водночас, великі масиви інформації, багатоаспектність діяльності часто дезорієнтують менеджерів, вносять аспект хаотичності та невизначеності, провокують різного роду ризики, і насамперед – пов'язані із фінансово-кредитною діяльністю.

Становлення господарського механізму промислових підприємств та ринкових відносин в Україні супроводжується деструктивними тенденціями, спровокованими наслідками низької ефективності за командно-адміністративного регулювання, структурної перебудови економіки та інституційної нерозвиненості. У зарубіжній практиці ці чинники ототожнюються з функціонуванням інституційної системи економіки [1], яка забезпечує додаткові можливості та умови ефективного функціонування підприємств. Зокрема, франчайзинг, факторинг, лізинг та контокорентний кредит виступають інструментами ефективної інтеграції сучасних промислових підприємств у ринковий механізм із закріпленою функціональною спеціалізацією.

Водночас, спровоковані нераціональною економічною політикою, впливом фінансової кризи та структурної кризи економіки, відсутністю у промислових підприємств досвіду господарської діяльності у конкурентній ринковій економіці, наслідки реалізуються у деградації існуючої недосконалої економічної системи, відсутності прогресу у формуванні інституційної системи. Ключові тенденції вказаних негативних трендів простежуються у статистичних макроекономічних показниках та показниках розвитку галузі і окремих підприємств.

Узагальнюючи результати проведених досліджень, слід зазначити, що найпоширенішим до оцінки рівня економічної безпеки підприємств та їх підприємницького потенціалу є застосування ресурсно-функціонального підходу. Він передбачає, що оцінювання здійснюється на основі результатів оцінки стану використання корпоративних ресурсів (чинники бізнесу, використовувані власниками і менеджерами підприємства для виконання цілей бізнесу) за спеціальними критеріями [2]. Відповідно до цього підходу найбільш ефективно використання корпоративних ресурсів, необхідне для виконання цілей даного бізнесу, досягається шляхом запобігання загрозам негативних дій на економічну безпеку підприємства і досягнення наступних основних функціональних цілей забезпечення безпеки [2, с. 44]. Розділяємо погляди щодо застосування ресурсно-функціонального підходу для оцінки економічної безпеки діяльності підприємств, у тому числі і управління підприємницьким потенціалом.

Головною перевагою підходу є всеосяжний, комплексний характер, що підтверджується взаємозв'язком найважливіших факторів, які впливають на забезпечення результативності, здійснюється аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства, аналізуються економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складових, та обґрунтовуються заходи для забезпечення максимально високого рівня функціональних складових безпеки, зниження ризиків і розвитку підприємницького потенціалу.

Проведені теоретичні та практичні дослідження дозволили сформулювати основні особливості та існуючі проблеми щодо управління підприємницьким потенціалом промислових підприємств. Особливості функціонування та управління потенціалом промислових

підприємств повинні враховуватися і для вибору параметрів моделі оцінювання рівня підприємницького потенціалу. Важливим етапом управління потенціалом підприємства є його оцінювання. При цьому важливо визначати не лише якісні та кількісні показники стану потенціалу, але і дослідити поточні та перспективні можливості, забезпечити формування перспектив розвитку. Оскільки оцінювання підприємницького потенціалу підприємства може проводитися як для внутрішніх, так і для зовнішніх потреб, тоді й інтерпретація результатів, зіставлення їх з очікуваними даними будуть індивідуальними для кожного суб'єкта господарювання та передбачатиме формування розширеної системи показників для його оцінювання із врахуванням невизначеностей та ризиків, що формуються у середовищі господарювання.

Список використаних джерел:

1. Янковский Н. А. Управление конкурентоспособностью предприятия на мировых рынках: макро- и микроуровни. Донецк : Дон НУ, 2012. 398 с.
2. Ковальов Д., Плетникова І. Кількісна оцінка рівня економічної безпеки підприємства. *Економіка України*. 2001. № 4. С. 35–40.



*Шикова Л. В., канд. екон. наук,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ЗЕМЛЕУСТРОЇ

Одним із головних завдань сучасного землеустрою є складання проектів землеустрою щодо створення нових та впорядкування існуючих землеволодінь (землекористувань). Сьогодні складання проектів землеустрою неможливе без використання геоінформаційних систем (ГІС), які полегшують та прискорюють процедуру складання проектів та роблять їх більш якісними.

ГІС– це програмно-апаратний комплекс, що забезпечує збір, відображення, обробку, аналіз і поширення інформації щодо просторового розподілу об'єктів та явищ на основі електронних карт, пов'язаних з ними баз даних і супутніх матеріалі. Тобто ГІС– це програмне забезпечення, що дозволяє зв'язати географічну інформацію (просторове розташування процесів і об'єктів) з описовими інформаційними ресурсами [1].

ГІС розрізняються наочною областю інформаційного моделювання, наприклад, міські ГІС, або муніципальні ГІС, МГІС (urban GIS), природоохоронні ГІС (environmental GIS) і т. п.; серед них особливе найменування, як найбільш поширені, отримали земельні інформаційні системи. Проблемна орієнтація ГІС визначається завданнями (науковими і прикладними), що вирішуються в ній серед них інвентаризація ресурсів (зокрема кадастр), аналіз, оцінка, моніторинг, управління і планування, підтримка ухвалення рішень. Інтегровані ГІС, ІГІС (integrated GIS, IGIS) поєднують функціональні можливості ГІС і систем цифрової обробки зображень (даних дистанційного зондування) в єдиному інтегрованому середовищі [2].

Важливою властивістю сучасних ГІС є те, що вони забезпечують розробку та аналіз значної кількості варіантів проектних рішень, створення рекомендаційних та управлінських карт на регіони, що дає можливість віднайти найоптимальніше еколого-економічне обґрунтування системи заходів щодо організації території і охорони земель новостворених агроструктур, формування їх сталого землекористування, відтворення природних агроландшафтів, оперативного контролю використання земельних ресурсів, прогнозування можливих ерозійних процесів, створення протиерозійної організації території. Накопичення інформації про деградовані і малопродуктивні землі забезпечує оперативне обґрунтування їх консервації [3].

Ключові переваги геоінформаційних систем:

1. *Зручне для користувача відображення просторових даних.* Зображення просторових даних, у тому числі в тривимірному вигляді, найзручнішому для сприйняття, що спрощує побудову запитів і їхній наступний аналіз.

2. *Інтеграція даних у середині організації.* Геоінформаційні системи поєднують дані, накопичені в різних підрозділах компанії, або у різних областях діяльності організацій цілого регіону. Колективне використання накопичених даних і їхня інтеграція в єдиний інформаційний масив дає істотні конкурентні переваги і підвищує ефективність експлуатації геоінформаційних систем.

3. *Прийняття обґрунтованих рішень.* Автоматизація процесу аналізу і побудови звітів про будь-які явища, пов'язаних із просторовими даними, допомагає прискорити і підвищити ефективність процедури у прийнятті рішення.

4. *Зручний засіб для створення карт.* Геоінформаційні системи оптимізують процес розшифровки даних космічних та аерофотознімків, використовуючи вже створені плани місцевості, схеми, креслення. ГІС істотно заощаджують тимчасові ресурси, автоматизуючи процес роботи з картами, і створюють тривимірні моделі місцевості [4].

Функціональне призначення ГІС має дуже широкий діапазон, а саме:

- робота з космічними та аерознімками;
- конвертація даних із інших форматів;
- завантаження даних із електронних геодезичних приладів;
- створення векторних примітивів цифрових карт шляхом прямого введення координат;
- перетворення координатних систем, картографічних проекцій і масштабів;
- обробка результатів геодезичних вимірювань;
- формування таблиць баз даних про об'єкти карти;
- різні методи просторового аналізу (за атрибутивними даними, за просторовими даними та ін.);
- створення технічної документації щодо землеустрою;
- робота з обмінними файлами кадастрових даних у форматах IN4 та XML;
- автоматичне формування звітів та пояснювальних записок;
- робота з обмінними файлами кадастрових даних у форматі IN4 [5].

Таблиця 1 – ГІС для виконання землевпорядних робіт у проектних організаціях

ГІС	Призначення
Програма «Digitals»	Програма призначена для створення / оновлення топографічних і спеціальних карт, видання карт міського кадастру і землеустрою, рішення інженерних і прикладних завдань
«Геопроект»	Обробка геодезичних вимірів, формування електронних карт місцевості, адміністрування і моніторинг електронних карт, облік просторової і атрибутивної інформації про об'єкти, вивід на друк картографічної і різноманітної звітної інформації
Програма «Інвент-Град»	Автоматизована система ІНВЕНТ-ГРАД призначена для обробки результатів польових топографо-геодезичних і кадастрових робіт, що виконуються під час інвентаризації земель. Система також може бути використана як кадастрова система населеного пункту або адміністративного району
Проект КБ «ПАНО-РАМА»	Призначений для забезпечення віддаленого доступу до картографічних даних, універсальний засіб розробки геопорталів різного призначення

*Систематизовано автором за допомогою джерела [4]

Для забезпечення виконання землевпорядних робіт у проектних організаціях використовуються різноманітні ГІС. Перелік та характеристики сучасних ГІС подано в табл. 1

Отже, сучасне землевпорядкування потребує впровадження та активного використання сучасних технічних систем, зокрема геоінформаційної. Ця система допомагає скоротити час

виконання землепорядних робіт та підвищити їх якість. Однією з головних задач у подальшому ефективному використанні ГІС є постійне оновлення сучасної технічної бази.

Список використаних джерел:

1. Теорія прийняття рішень : Підручник / М.П.Бутко, І.М. Бутко, В.П.Машенко; за заг. ред. М.П.Бутка. К.: Центр учбової літератури, 2015. 360 с.
2. Сучасні технології в землеустрої.
URL: <http://www.scribub.com/limba/ucraineana/42911.php>
3. Лахоцький В.І., Лахоцька Е.Я. Застосування гістехнологій у сфері землеустрою та земельного кадастру. Наукові публікації кафедри землепорядкування і кадастру УжНУ. 2015.
URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/9029>
4. Толчевська О. Є., Коняев Ю.Г. ГІС технології у землеустрої. *Екологічна безпека природокористування*. 2014. Вип. 14. С. 168–179. О программе создания автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра [Текст]: постанова Кабинета Міністрів України від 2 грудня 1997 р. № 1355.



СЕКЦІЯ 7. ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЇ ТА СОЦІУМУ

*Лукаш Г. П., д-р філол. наук, професор,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ІСТОРИЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОВНОГО РИТУАЛУ СЛУЖБОВИХ ЛИСТІВ

Найдавніша історична основа формування мовного ритуалу службових листів сягає ще часів розквіту цивілізацій Близького Сходу. Саме на території Месопотамії, на думку В. В. Бездрабко, простежуються перші ознаки уніфікації документів, коли на основі подібності побутових ситуацій формувалася схожість оформлювання документів [1, с. 16]. Документи, що були складені за певним зразком, датуються IV тисячоліттям до н. е. Ідеться про наявність своєрідного формуляра документа в Шумері, Аккаді, Вавилоні, Ассирії та інших державах Межиріччя [там само]. Виявлення постійної і змінної документної інформації сприяло формуванню перших зразків сучасного трафаретного і зв'язного тексту. Ці зразки уже тоді поділялися на кілька видів: господарські, юридичні, дипломатичні документи, записи літописного характеру та ін. Найбільш давні – господарські архіви (початок III тисячоліття до н. е.), що містять близько 1 000 глиняних табличок. Написані вони ранніми формами письма: піктографічними знаками або клинописом – і ще до кінця не розшифровані. За змістом становлять собою документи господарської звітності: облік видачі і надходження продуктів, кількості рабів або працівників і т. ін.

Великі господарські архіви III тисячоліття до н. е. виявлено в шумерських містах Урі, Лагаші та ін. Здебільшого вони зосереджені у храмах і характеризують велике храмове і державне господарство.

Цінний матеріал міститься в царському листуванні, яке збереглося в архівах ассирійських царських палаців. Це дипломатичні, розвідувальні, господарські, адміністративні та інші документи царів і їх намісників, чиновників, воєначальників, жерців. Більше півтори тисячі таких листів VIII–VII ст. до н. е. знайдено в палацах Ніневії, Кальху та ін.

В Єгипті кожен вид документа мав чітку форму, розроблення якої здійснювалося за участю візира – першого міністра канцелярії фараона, особи, що володіла широкими повноваженнями в організації управління.

Так поступово формуються правила створення документів, які визначали обов'язковість наявності певної інформації в документі і сприяли не тільки ідентифікації певного виду документа, а й установленню його справжності. Так, на кам'яній плиті, відкритій археологами перед Карнааським храмом (середина XIV століття до н. е.), описано правила нанесення записів із метою упорядкованої подачі інформації під час виконання життєпису царської особи.

Форма фіксації інформації уже була усталеною. Наприклад, відповідь вавилонського царя єгипетському фараонові Аменхотепу III починається із звичайних вітань і виявлень «братської» відданості: *«Господарю єгипетському, моєму братові, Кадашман-Харбе, цар Кардуніаша – твій брат. Привіт твоєму будинку, твоїм друзинам, усій твоїй країні, твоїм колісницям, твоїм коням, твоїм вельможам, усім великий привіт»* [4, с. 23].

Із розвитком письмового права значущість уніфікації документів зростає і торкається здебільшого не форми чи конструкції документа, а його інформаційної складової.

В епоху Середньовіччя традиції мовного ритуалу службових документів, набуті людством у часи близькосхідної цивілізації та античного світу, збагатилися новими рисами, пов'язаними передусім із поширенням впливу церкви. Канцелярія папи римського стала активним творцем «правил», «сумарій», «мистецтв» укладання документів. Поширеною була практика укладання збірників зі зразками оформлювання документів.

У середньовічній Україні побутували традиції актової системи справочинства, що виявлялися також і в складанні документів. Термін «справочинство» походить від словосполучення «справу чинити», що більш точно відповідає українській лексиці порівняно з поняттям «діловодство», яке уперше зафіксовано у словниках російської мови в другій половині XVIII ст. 6 липня 2006 р. було схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів концепцію проекту Закону України «Про справочинство».

Окремі дослідники вказують на існування формулярників ще за доби Київської Русі, принагідно ілюструючи міркування зразками збірників «грамоток» – офіційних і приватних листів. Відомо, що за князювання Ярослава Мудрого зібрання найдавніших грамот і договорів Русі з іншими країнами розміщувалися у Михайлівському приділі Софіївського собору. Одним з найвідоміших місць зберігання ділових паперів був також Києво-Печерський монастир.

Із джерел побутової писемності XI–XV століть найбільший інтерес становлять берестяні грамоти і пам'ятки епіграфіки (епіграфіка – історична дисципліна, що вивчає написи на твердому матеріалі). Тексти на бересті різноманітні в жанровому відношенні. За змістом берестяні грамоти – насамперед ділове і приватне листування (доручення, розпорядження, боргові зобов'язання, чолобитні, духовні та охоронні грамоти, купчі, учнівські вправи і т. ін.), їх писали люди різних соціальних груп, що свідчить про порівняно високий рівень грамотності на Русі [3, с. 19].

Крім приватних листів, трапляються різного роду рахунки, розписки, записи боргових зобов'язань, власницькі ярлики, заповіти, купчі, чолобитні від селян до феодалів та інші документи. Як правило, вони мали преамбулу, де викладалися мотиви складання грамоти, основну частину, яка містила безпосередній зміст документа, і закінчення, де перелічувалися кари за порушення наказу, наводилася дата складання документа.

Іноді на стінах храмів з'являлися графіті, які можна вважати юридичними документами. На стіні Софії Київської було зроблено напис про купівлю вдовою князя Всеволода Ольговича землі, що раніше належала Бояну, за величезну суму – 700 гривень соболів. Напис складений згідно з формуляром купчих грамот із згадкою свідків-«послухов»: «...а передь тімі послухы купи землю княгыни бояню вьсю...» [4]. Виявлений напис датовано другою половиною XII століття.

Як особлива форма ведення справочинства, у XIII сторіччі виникли актові книги, спочатку на території західних слов'янських земель (у Чехії та Польщі), потім, як зазначали у своїх працях видатні українські історики О. І. Левицький і В. О. Романовський, у II половині XIV сторіччя, – на західноукраїнських землях [2]. Величезний масив актових книг відклався в результаті діяльності громадських і земських судів. У кожному повіті функціонували три судові установи: городський, або адміністративний, земський і підкоморський суди. Все, що відбувалося у судах, заносилося до актових книг. Більшість книг велося за подвійною системою: спочатку акти записувалися до чернетки – «протоколу» – за скороченою схемою, а потім переписувалися у чистовик – індикту.

Свою подальшу реорганізацію і розвиток актове справочинство в судах дістало за Статутом 1566 року. В основному змісті документів простежується прагнення додержуватися канцелярської мови, хоч часто трапляються елементи живої розмовної мови, характерної для представників тодішнього феодального суспільства. Актове справочинство проіснувало на території Правобережної України до 1840-х років. Справочинство в установах до XVIII ст. велося згідно з канцелярськими традиціями і законодавством не регулювалося.

Матеріальним носієм інформації був пергамент – спеціально підготовлена шкіра тварин [1, с. 22]. Тільки наприкінці першої чверті XVIII ст. для друкарні Києво-Печерської лаври почали використовувати папір – більш універсальний, економічно вигідний матеріал. У цей період розпочинається правове регулювання діяльності, що пов'язана з роботою над документами, шляхом закріплення певних правил і норм спеціальними нормативно-правовими актами. Законодавчі та розпорядчі акти державної влади оформляли указами, регламентами, інструкціями, протоколами. До 1775 року важливу роль у житті українського народу відігравала Запорізька Січ. Мовний ритуал у практиці складання ділових документів залишався.

Список використаних джерел:

1. Бездрабко В. В. Управлінське документознавство. К. : Київський національний університет культури і мистецтв, 2006. 208 с.
2. Красніцька Г. Історія виникнення діловодства в Україні. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/297> (дата звернення: 23.04.2018).
3. Німчук В. В. Берестянні грамоти на Україні. «Мовознавство», 1992, № 6. С. 18-24.
4. Палеха Ю. І., Леміш Н. О. Історія діловодства. К. : Ліра-К, 2016. 328 с.



*Куц О. П., канд. філол. наук, доцент,
КВНЗ «Вінницька академія неперервної освіти»*

ХАРАКТЕРИСТИКА УСТАЛЕНИХ ЗВОРОТІВ І ШТАМПІВ У ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТАХ ХХ СТОЛІТТЯ

Лексичний склад мови активно реагує на соціально-економічні зрушення в суспільстві, саме тому актуальними є дослідження продуктивності функціонування типових лексичних засобів упродовж різних етапів розвитку офіційно-ділового стилю української літературної мови.

Мовне забезпечення офіційного стилю передбачає використання таких лексичних груп: а) міжстильова лексика та фразеологія; б) напівтерміни – спеціально термінована і детермінована лексика, фразеологія та номеклатура; в) терміни різних галузей науки і виробництва; г) власне ділова – стилістично маркована – лексика та фразеологія [3].

Становлення офіційно-ділового стилю в українській мові відбувалося від березня 1917 року до початку 1920-х рр. і в період українізації 20-х – початку 30-х рр. Мова законів, розпоряджень влади, декретів різних форм української державності в першій третині ХХ століття орієнтувалася на загальноновживану українську мову. Документи цього періоду мають агітаційне, патетичне, публіцистичне звучання, у лексичному складі та в синтаксичній будові містять експресивно-художні засоби, що виразно, відрізняє їх від мови сучасних ділових паперів.

Розмовне мовлення суттєво впливає на адміністративно-канцелярський жанр офіційно-ділового стилю мови. У ньому було найменше спеціально маркованих лексичних одиниць, тому відчутної демократизації мовлення зазнала саме ця сфера спілкування. Як наслідок, дуже часто трапляються в документах діалектні слова й елементи просторіччя: *«Доводю до відому всіх Главків і Відділів Наркомосвіти, в тижневий термін коби негайно представити до Центр. Коштористофінансового відділу Наркомосвіти, а також осіб, які проведені по закатегорічною ставкою, по слідууючій формі:...»* [4].

Ділова мова була перенасичена скороченими назвами установ, організацій, товариств та ін., переважна частина яких вимагала деталізації та розшифрування для широкого користувача. Наприклад: *держзгода* (державна згода), *д-т* (документ), *к-п* (колгосп), *начконь* (начальник конюшень), *попитзапит* і под. Поступово ці скорочення зникали й залишалися лише загальновідомі. З'являється багато нових термінологічних словосполучень: *платежеспроможний запит, відкриті збори, порядок дня, продовольчий комітет, питання державної ваги* тощо.

На кінець 20-х – початок 30-х років до мовного оформлення документації були висунуті вимоги – чітко висловлювати думку, використовуючи популярні форми для усіх видів документації. Утверджуються канцелярські штампи, різко зменшується кількість розмовних елементів, незрозумілих складноскорочених слів та аббревіатур. У документах починає переважати нейтральна ділова мова, яка має суттєві відмінності від мови діловодства 1917–

1920-х рр. Якщо основною тенденцією розвитку українського лексичного фонду офіційно-ділового стилю поч. 20-х рр. ХХ ст. було прагнення до відокремленості, то для другої половини 30-х рр. і пізніше актуальною стала орієнтація на спільні з російською мовою лексичні та словотвірні процеси.

До 50-х рр. ХХ ст. офіційно-діловий стиль зберігався у формі презентації усталеного шару ділової лексики. У наступні десятиліття (60–90 рр.) офіційно-діловий стиль розглядався спочатку як комплекс специфічних засобів різних рівнів стратифікаційного каркасу мови, а згодом виокремлюють способи відбору та організації мовних засобів у цьому стилі загалом. Отже, визначають такі характерні лінгвальні явища офіційно-ділового стилю 50–90-х рр. ХХ століття: 1) пряме засвоєння російського слова, терміна, фразеологізму, звороту тощо; 2) різноманітне калькування; 3) створення національної термінології за моделями російської [1].

До початку 90-х років в українській мові шляхом перекладу та калькування продукувалася значна кількість словосполучень, крилатих виразів і термінів російського ділового стилю, наприклад: *ленинские принципы партийного руководства* – *ленінські принципи партійного керівництва*; *бригады коммунистического труда* – *бригади комуністичної праці*; *автоматизация и механизация трудоемких работ* – *автоматизація і механізація трудомістких робіт*.

У цей період за сферою свого вжитку фразеологізми офіційно-ділового стилю можуть бути як термінологічні (вузького вжитку), так і загальноповживані (широкого вжитку). Серед термінологічних фразеологізмів, зокрема у сфері державно-ділового врядування, зустрічаємо стійкі словосполучення із галузі суспільно-політичної фразеології: *Ради депутатів трудящих, диктатура пролетаріату, соціалістична власність, капіталістична система, приватна власність, експлуатація людини людиною, органи державного управління, соціальне забезпечення, державний герб, органи державної влади, політична основа* та ін. [2].

Фразеологічний склад характеризується наявністю великої кількості фразеологічних сполук атрибутивно-іменного типу: *юридична особа, громадські організації, кооперативна організація, державна установа, державний орган, профспілковий комітет, професійні спілки, тимчасове перебування, майнові відносини, позовна давність, заробітна плата*; дещо меншою кількістю відповідних іменних сполук: *ради профспілок, місце осілості, виплата пенсій, виконання зобов'язань, прийняття пропозиції*; уживаністю складених термінів – назв організацій, установ, наприклад: *«Центральний Виконавчий Комітет і Рада Народних Комісарів Союзу РСР постановляють...»*.

На цьому етапі розвитку ділового стилю української мови стають продуктивними загальноприйняті штампи під час оформлення ділових документів. У низці випадків – це сталі сполучникові конструкції, або такі, що становлять стабільне поєднання службових слів з повнозначними, наприклад: *у зв'язку з відсутністю, у зв'язку з наявністю, за наявності, згідно з постановою, у відповідності з законом, виходячи з..., зважаючи на..., незважаючи на..., беручи до уваги вищезазначене* і под.

Функціонально маркованими одиницями постають специфічні усталені формули, вислови-кліше, що започатковують виклад з огляду пояснення мети чи наміру спілкування: *відповідно до, на додаток до, з огляду на, на підставі, з метою, при цьому, на виконання* та ін.

У документах офіційно-ділового стилю цілі речення набувають вигляду фразеологічного штампу, наприклад: *Заслухавши доповідь, збори ухвалюють...; власноручний підпис засвідчую; довідка видана для подання* і под. Наведені речення-штампи містять у своїй структурі так званий змінний компонент, наприклад: *Власноручний підпис Григорія Івановича Петренка свідчу; Довідка видана для подання у Відділення міліції Печерського району* і под.

Хоча фразеологізми офіційно-ділового стилю здебільшого позбавлені експресивно-емоційного забарвлення, у деяких офіційно-ділових документах, особливо це стосується документів високого, державного рангу, зустрічаються експресивно забарвлені висловлювання з піднесено-урочистим звучанням. Наприклад: *Захист Вітчизни є священний обов'язок кожного громадянина Української РСР* («Конституція (основний закон) Української Радянської Соціалістичної Республіки»); *Праця в Українській РСР є обов'язком і*

справою честі кожного здатного до праці громадянина за принципом: хто не працює, той не їсть. В Українській РСР здійснюється принцип соціалізму: від кожного за його здібністю, кожному – за його працею (там же).

Отже, в другій половині ХХ ст. посилилася уніфікація української мови, спрямована на максимальне наближення її до російської мови, тобто діловий стиль української мови було уніфіковано відповідно до російського зразка ділового стилю.

На сьогодні в Україні склалася дещо схожа ситуація, яка спостерігалася у першій половині ХХ ст.: перед офіційно-діловим стилем постало багато подібних проблем щодо творення української офіційно-ділової лексики, використання усталених чи вироблених тих мовних штамів й кліше ділової лексики, які будуть нормативними відповідно до українських мовних традицій. Саме тому й необхідно скористатися кращими надбаннями мовної практики 1917 – початку 30-х рр. минулого століття, для того щоб уникнути повторення помилок і труднощів того періоду.

Список використаних джерел:

1. Білодід І. К. Розвиток мов соціалістичних націй СРСР. К. : Видавництво «Наукова думка», 1967. С.288.
2. Сучасна українська літературна мова. Стилїстика / За заг. ред. І. К. Білодіда. К. : Видавництво «Наукова думка», 1973. С. 588.
3. Тименко Л. О. Масив лексики в текстах офіційно-ділового стилю української мови. *Вісник Львів.ун-ту*. Серія філологія. Львів, 2004. Вип. 34., Ч. П. С. 314–318.
4. Тименко Л. О. Розвиток лексики офіційно-ділового стилю української мови на початку ХХ ст. (1917–1933 рр) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01–українська мова. К., 2007. С.23.



*Тур О. М., канд. філол. наук, доцент,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського*

СПОСОБИ УНІФІКАЦІЇ ДОКУМЕНТОЗНАВЧОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Питання про способи уніфікації термінології взагалі та документознавчої термінології як її складової в науковій літературі в цілому не розроблені. На наш погляд, способи уніфікації термінології наук документально-комунікаційного циклу є шляхом досягнення відповідності термінів усім встановленим вимогам. Ми вважаємо, що до способів уніфікації документознавчої термінології можна віднести такі: розроблення дефініцій понять, що використовуються у процесах документування; правова та лінгвістична експертизи законодавчо-нормативних актів у документально-комунікаційній сфері та зафіксованих у них термінів; складання тезаурусів. Усі названі поняття досить докладно досліджені в науковій літературі, хоча й не названі в якості способів уніфікації термінології.

Першим способом уніфікації документознавчої термінології є розроблення дефініцій понять. Оскільки терміни позначають певні поняття, що відображають предмети і явища дійсності, то з метою досягнення найбільшої ефективності документальної комунікації необхідно, щоб суб'єкти цього процесу розуміли їх зміст. Ця обставина зумовлює особливу значущість визначень (дефініцій) понять. З лінгвістичної точки зору визначення того або іншого поняття є загальною й абстрактною словесною формулою, в яку об'єднані всі особливості й суттєві ознаки цього поняття.

Іншим способом уніфікації термінології є експертиза нормативно-правових актів, що є чинними у сфері документальної комунікації. Термін «експертиза» походить від латинського від *expertus* – знавець, досвідчений. У загальному вигляді під експертизою розуміють застосування для дослідження тих чи інших питань спеціальних знань зі сфери науки, техніки, мистецтва і т. д. Останнім часом експертиза знаходить все більш широке застосування в житті

суспільства, поширюючись на нові сфери діяльності: державно-правову, соціально-економічну, науково-технічну та інші. Для уніфікації документознавчої термінології велике значення мають правова та лінгвістична експертизи проектів нормативно-правових актів сфери документальної комунікації, особливо законів, стандартів інструкцій, правил, оскільки саме їм належить пріоритет у сучасній системі нормативних актів. Правова експертиза є спеціальним дослідженням, проведеним для оцінювання відповідності нормативно-правових актів чинному законодавству України та його міжнародним аналогам. У ході лінгвістичної експертизи перевірки та оцінки підлягають:

1. Способи мовного вираження основних понять (наскільки вибрані слова та їхні граматичні форми відповідають ідеям, концептуальним засадам документознавства).
2. Співвідношення абстрактних і конкретизованих способів викладу думки з урахуванням змісту питання (який ступінь формальної визначеності тексту й чи не перешкоджають надмірно абстрактні формулювання з'ясуванню сенсу поняття).
3. Структура та граматична правильність термінологічних словосполучень.
4. Доцільність вибору запозичених словоформ для позначення документознавчих понять.
5. Системність термінів, їх узгодженість з чинною термінологією (чи можна за вибраним словом-терміном точно ідентифікувати дане поняття й визначити його місце серед інших документознавчих понять).
6. Логічна, смислова та граматична правильність словесних формул-визначень.
7. Доцільність синонімії – паралельного використання різних мовних способів вираження одного й того ж предметного змісту (у разі позитивного рішення слід перевірити слову рівнозначність відповідних конструкцій).
8. Чіткість контекстуального розмежування значень багатозначних слів (якою мірою забезпечено їх недвозначне сприйняття й розуміння).
9. Правильність вживання слів, що позначають родові й видові поняття (чи достатньо чітко передаються родо-видові відношення понять, чи дотримана їх логіко-смислова субординація, чи правильно вибране слово за обсягом значення).
10. Ступінь смислової відповідності у разі прямого й непрямого визначення понять (чи тотожний за змістом обраний термін тим описовим конструкціям, які можуть замінити його в тексті документа).
11. Дотримання синтаксичних норм української мови – правильність побудови словосполучень і речень, а також логіка міжфразових зв'язків.
12. Правильність та однаковість оформлення рубрик у тексті (заголовки, членування на окремі абзаци в поєднанні з нумерацією або без нумерації, об'єднання абзацив у групи).
13. Правильність й однаковість вживання пунктуаційних знаків всередині речення – коми, крапки з комою, дужок, тире, двокрапки.

Особливу увагу під час проведення лінгвістичної експертизи варто приділяти аналізу поняттєвого апарату, уніфікації термінології, однорідних логіко-стилістичних структур з урахуванням мовного контексту й тенденцій, закономірностей розвитку мови. Вважаємо, що лінгвістична експертиза надзвичайно потрібна для законодавчо-нормативних актів сфери документальної комунікації, оскільки мовні помилки й неточності, лінгвістично невдалі формулювання перешкоджатимуть ефективній комунікації, вноситимуть неясність в суть документознавчих термінів.

Виникнення ідеї формування лінгвістичної концепції тезауруса пов'язане з розвитком наукової думки впродовж ХХ–ХХІ ст. Нині існує кілька наукових підходів до тлумачення цього поняття. По-перше, під тезаурусом розуміється словник, у якому максимально повно представлені всі слова мови й показані семантичні відношення між ними. По-друге, тезаурусом іменується семантична система певної національної мови або формалізованої мови для автоматизованих систем управління. Таке уявлення мотивувало створення інформаційно-пошукових тезаурусів і проникнення поняття «тезаурус» до сфери природних і точних наук. Нині

формується третій підхід, згідно з яким тезаурус – це складна система, що містить інформацію про дійсність, а також «метаінформацію» (відомості про інформацію), що забезпечує можливість прийому нових повідомлень. Оскільки в основі всіх трьох уявлень лежить система мови, це дозволило сформулювати припущення, що тезаурус – це об'єктивно існуюча мовна система, що функціонує як інформаційна система в людському середовищі й визначає структури знання про оточуючий світ окремого індивіда й суспільства в цілому на певному синхронному зрізі. Орієнтовною моделлю такої системи можна назвати словник. Словник тезаурусного типу дозволяє подати лексику мови «в систематизованому вигляді відповідно до сенсу слів для з'ясування місця кожного поняття серед інших, виділення основних тем і закономірностей» [1, с. 30], тому теж є способом уніфікації термінології.

Отже, проблемне коло питань про способи уніфікації термінології залишається відкритим для подальших наукових пошуків.

Список використаних джерел:

1. Баранов О. С. Идеографический словарь русского языка. Москва : Издательство ЭТС, 1995. 820 с.



*Чередник Л. А., канд. філол. наук, доцент,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРИЙОМУ СУГЕСТІЇ У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Ключові слова нашого дослідження, реклама і сугестія, мають давню цікаву історію.

З літературних джерел відомо, що реклама зародилася в досить давні часи. Ще давньоримський філософ, поет і державний діяч Сенека у своїх листах до давньоримського поета, засновника сатири Луцилія неодноразово скаржився на те, що йому заважають купці, які щодня піднімають нестерпний крик, закликаючи покупців купити їхній товар. Слід зазначити, що латинське «*reclamare*» у перекладі саме й перекладається як «викрикувати», «стверджувати».

Окрім того, вже у Давній Греції та Римі купці, власники майстерень і шинків використовували спеціальні вивіски для закликання клієнтів. Наприклад, біля молочної лавки часто висів малюнок кози, а там, де продавали хліб, зображали млин. Іноді дуже вигадливі купці застосовували невеликий текст або навіть вірші. Цікаво, що для таких давніх вивісок використовували обпалену глину або навіть мрамур. Говорячи сучасною мовою, усе це були приклади зовнішньої реклами.

Нині реклама сприймається як поліаспектне явище, тому не дивно, що існує безліч її визначень. Наприклад, «реклама – будь-яка форма неособистої пропозиції та просування комерційних ідей, товарів чи послуг коштом чітко визначеного замовника» [4, с. 144]; реклама – це соціальний феномен, що «...функціонує..., створюючи уявні світи, в яких ніхто не живе, але куди намагаються дістатися всі» [3, с. 130]; «реклама – це... психологічне програмування людей» [2, с. 42].

Саме з останнім визначенням тісно пов'язане наступне поняття нашої розвідки. Мова йде про психологічне програмування, з яким асоціюється сугестія (лат. *suggestio*, від *suggero* – навчаю, навіюю). Ще Аристотель наголошував на великій силі навіювання сценічного мистецтва, що викликає ефект катарсису. У фольклорі сугестивні прийоми відомі з магії, чаклунства, замовлянь тощо.

Вважається, що сам термін «сугестія» виник в англійській філософії XVIII і пов'язаний з іменами двох орієнталістів В. Джонса та Х. Вілсона, які, працюючи над санскритськими текстами, переклали слово «в'янджана» як «сила навіювання». Потім цей термін став однією із жанрових особливостей літератури романтизму та символізму, заснованих на смислових нагромадженнях, передчуваннях, емоційних переживаннях, його сприймають як підтекст. Сугестію часто

використовували митці різних епох: поети Ш. Бодлер, С. Малларме, Е. По, А. Фет, М. Коцюбинський (новелістика), Ю. Яновський (романи «Майстер Корабля», «Чотири шаблі», «Вершники»), Емма Авдієвська «Герострати» та багато ін. В українській літературі теоретичне розуміння сугестії у поезії розкрив І. Франко у статті «Із секретів поетичної творчості».

У мовознавстві обґрунтування терміна «сугестія» належить Д. Овсянико-Куликовському, який, як відомо, поглибив учення О. Потебні про форму. Хоча чіткого понятійного наповнення термін так і не набув.

Загалом сугестія визначається як різні засоби впливу на людину з метою створення у неї певного настрою, стану чи спонукання до певних дій. Цей термін сьогодні застосовується в найрізноманітніших галузях життєдіяльності: психологія, медицина, педагогіка, релігія, спорт, навчання, військова справа, живопис, література, театральна діяльність, музика тощо.

Нині на межі філософії і мовознавства виникла сугестивна лінгвістика, що є одночасно і філософією, і набором теоретичних і практичних знань майстерного володіння мовою. Цікавими є ґрунтовні наукові дослідження, в яких вивчається саме лінгвістичний аспект сугестії, а саме роботи С. Болтаєва, А. Бушева, Л. Ільницької, Л. Черепанової та ін. Особливо часто зараз сугестивні технології використовують у ЗМІ (Н. Вертянкін, В. Германов, М. Желтухіна, О. Самусенко) та рекламному дискурсі (Л. Ільницька, О. Медведєва).

У процесі дослідження мовної реалізації сугестивного впливу на свідомість людини неможливо ігнорувати й інші складники комунікації. Аналіз не може бути обмежений лише текстом, слід звернути також увагу на вербальні, невербальні, паралінгвістичні (якість голосу, його діапазон, тональність), екстралінгвістичні (включення в мову пауз, інших нелінгвістичних компонентів (покашлювання, сміх), темпу мовлення) чинники.

Не секрет, що у сучасному житті рекламується абсолютно все і рекламу розміщують скрізь. Існує багато класифікацій реклами, але найчастіше, враховуючи мету, у реальному житті використовуються три види рекламних звернень, а саме:

1. Інформативна реклама – відіграє важливу роль на початковій стадії просування товару, коли основна мета – створення первинного попиту. Наприклад:

Кращий бренд, краща ціна, кращі акції (реклама плитки керамічної групи «Атем» м. Полтава. Канікули за кордоном у мовній школі. Захистимо природу України разом! (реклама Фельдман-парку у м. Харкові. Ого! Знижки 18-20 травня! (магазин «Простор» м. Полтава). Артек-Буковель – найкраще дітям!

2. Реклама-переконання. Цей вид реклами набуває особливої ваги на стадії конкурентної боротьби, коли компанія прагне створити стійкий попит на визначену марку товару. Більшість рекламних оголошень належать саме до цієї категорії. Наприклад:

Ідеальні сукні – тут! (м. Бориспіль). Ціна тижня! Супер ціна! (реклама авокадо). Чиста вигода щодня! (магазин «Простор»). Жити краще біля води! (реклама від забудовника у м. Києві). Заселяємось навесні! Зміни сигарету на щось краще!

3. Реклама-нагадування – особливо ефективна для добре відомих на ринку товарів. Її мета – нагадування про ту чи іншу фірму. Саме ця реклама потребує великої оригінальності, оскільки говорить про відомі речі чи фірми. Наприклад: *Завжди «Coca-Cola»!* [5, с. 158].

Трапляються іноді й не досить продумані реклами. Наприклад: *Не поспішай! Ціни знижено назавжди (магазин «Космо»).* Такі варіанти не є допустимими, оскільки вони «розхолоджують» потенційних покупців.

Тому надзвичайно важливою є робота над самими текстами реклами. Сучасні мовознавці виділяють низку особливостей, які слід враховувати під час конструювання речень з використанням прийомів сугестії. Зупинимося на найголовніших.

1. Конкретність і образність ключових слів. Використання слів, з конкретним, зрозумілим змістом. Усе це істотно підвищує ефект навіювання. Абстрактні поняття, навпаки, різко його знижують.

2. Конкретність і образність якостей того чи іншого товару. Як показує практика, чим вищим є ступінь абстракції, тим слабше навіювання. Отже, слід не просто вживати ключові слова зі своєрідним змістом, а й допомогти людині сформуванню свого уявлення про принади товару.

3. Уникнення негативних часток не, ні. Психологи стверджують, що психіка людини відштовхує їх, виникають сумніви.

4. Мовна динаміка. Це досить специфічний чинник і характерний він для радіо чи теле-реклами. Основними прийомами, які викликають довіру слухача і здатні підвищити сугестію, є високий темп мови, м'якість голосу, його сила, багатство інтонацій, паузи, тембр голосу. Щодо останнього чинника, то, на думку психологів, для успішної реклами слід використовувати чоловічий голос, низький, оксамитовий. Найкраще підходить баритон.

5. Вплив звукосполученнями. Це так звані афірмації, тобто позитивні висловлювання. Вони позитивно налаштовують підсвідомість людини на виконання власних бажань, на сприйняття якихось явищ тощо. Відомо, що певні звукосполучення можуть призвести до трансного стану і застосовуються у практиках медитації або гіпнозу. Наведемо приклади таких афірмацій: *Наші серця відчинені для любові. Ми відкриті для спілкування. Я виглядаю відмінно. МТС єднає серця.*

6. Використання мовної гри й умисно неправильного сполучення слів. Використання однокореневих слів, що підсилюють емоційність впливу, підвищують виразність тексту. Наприклад: *Не гальмуй! Снікерсуй! Найпомідорніша томатна паста! Футболіємо разом!*

7. Персоніфікація. Наприклад: *Памперс знає, чого малюк бажає! Рехона ніколи не зрадить! Шлунок не зможе, Фестал допоможе!*

Отже, у результаті наших досліджень можна зробити деякі висновки.

Поняття «реклама» і «сугестія» мають давню історію, що сягає сивої давнини.

Нині немає єдності у визначенні терміна «реклама», оскільки поняття сприймається як поліаспектне явище (соціальне, економічне, психологічне, лінгвістичне, естетичне тощо).

Значну роль у рекламних зверненнях відіграє сугестія, що спирається на почуттєво-асоціативну складову людської свідомості. Безумовно, сугестивний вплив може призвести до зниження усвідомленості, аналітичності та критичності сприйняття інформації.

Лінгвальний дискурс реклами характеризується динамікою, тенденцією до функційно-стилістичної трансформації, за допомогою якої маніпулюють свідомістю людини.

Список використаних джерел:

1. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М. : Добросовет, Издательство КДУ, 2011. 232 с.
2. Психология рекламы : учеб. пособ. / Р. И. Мокшанцев; науч. ред. М. В. Удальцова. М. : ИНФРА-М; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2003. 230 с.
3. Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов. К. : АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
4. Словник термінів / Упорядник Р. Г. Іванченко. К. : Фонд сприяння розвитку книговидання та преси, 1998. 208 с.
5. Сорокіна Л. Є. Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2014. Вип. 8. Т. 2. С. 157–159.



АКТУАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ

Функціонування вітчизняних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України безпосередньо залежить від здійснення ними виробничо-комерційної діяльності, яка максимально використовує як можливості, що виникають у зовнішньому середовищі, так і ті, що створюються завдяки внутрішнім ресурсам підприємств. Сучасні ринкові відносини вимагають від підприємств постійного пошуку шляхів посилення своїх конкурентних позицій, що досягається чітким орієнтуванням на ефективне використання всіх наявних у підприємства можливостей, у тому числі і за рахунок нематеріальних активів. Особливого значення використання торговельних марок, товарних знаків та брендингу набуває в маркетинговій діяльності українських підприємств, що обумовлено станом попиту і пропозиції.

Теоретико-методологічні засади формування та управління брендами висвітлювали у своїх працях та вітчизняні вчені, як: Д. Аакер [1], Т. Амблер, Л. Балабанова, Дж. Бернетт, О. Білан [2], Т. Григорчук, С. Ковальчук, Ф. Котлер, Я. Ларіна, Ю. Марчук, О. Зозульов [3], В. Парсяк, Є. Ромат, Т. Любаренко, Т. Поліщук, В. Саветін, С. Хамініч, О. Шаманська та ін. Питання формування різноманітних ланцюгів у сфері маркетингового і логістичного розподілу розглядали у своїх працях такі науковці, як: Дж. Р. Сток, Д. Ламберт, Дж. Ментцер, Є. Крикавський, Н. Чухрай, О. Сумець, Д. Журихіна, К. Таньков, О. Гірна, М. Ковалев, М. Парфьонов, В. Щербаков, А. Парфьонов та ін.

В процесі ґрунтовного аналізу праць встановлено, що більшість науковців зосереджують увагу саме на концепції управління ланцюгами поставок. Натомість, стан і ступінь розробленості питань щодо формування і управління виробничо-торговельними ланцюгами підприємств, а також брендингу в цих ланцюгах не знайшли достатнього відображення в сучасній науковій літературі. Вміле застосування українськими підприємствами теорії і практики брендингу може стати запорукою посилення їх ідентифікації на ринку, а отже, укріплення їх конкурентних позицій і, як наслідок, підвищення прибутковості та ефективності їх функціонування. Як свідчить досвід зарубіжних країн, істотно посилити конкурентні позиції підприємств на ринку може здійснення їх діяльності в межах логістичних або маркетингових ланцюгів.

Теоретичні та практичні дослідження у царині брендингу, а також напрями підвищення ефективності діяльності підприємств за рахунок утворення різноманітних об'єднань і кластерів, неодноразово висвітлювали у свої працях вітчизняні економісти. Проте необхідно зазначити, що лише незначна їх частина присвячувала свої дослідження власне визначенню ролі брендингу у формуванні відповідних ланцюгів, а з позицій оцінювання ролі брендингу у підвищенні ефективності маркетингової діяльності виробничо-торговельних ланцюгів це питання у вітчизняній науковій літературі взагалі не висвітлювалось.

В ході дослідження проведено декомпозицію складових виробничо-торговельного ланцюга, який, на відміну від існуючих підходів, враховує не лише складові господарської діяльності підприємств, але і можливість створення у кожній ланці ланцюга додаткової корисності для споживача, що дозволяє отримати максимальний ефект для всіх учасників виробничо-торговельного процесу.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд – лидерство: новая концепция брендинга. М.: Изд. Дом Гребенникова, 2003. 380с.
2. Білан О. Застосування брендингу: переваги і недоліки // *Вісник НУ "Львівська політехніка"*. 2009. № 648. С. 231-235.
3. Зозульов О., Нестерова Ю. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві // *Економіка України*. 2008. №3. С. 4-11.

Наукове видання

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ІНФОРМАЦІЯ ТА СОЦІУМ»

(Вінниця.)

*Редакційна колегія не несе відповідальності за точність викладених
у публікаціях фактів та даних.*

Редактор Л. О. Серікова
Технічний редактор О. К. Гомон

Підписано до друку 21.10.2018 р.

Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Друк – цифровий. Умовн. друк. арк. 5,25
Тираж 50 прим. Зам. № 142

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.