

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та
підприємництва**



**СТУДЕНТСЬКА НАУКОВА
КОНФЕРЕНЦІЯ
«Соціальні та економічні проблеми розвитку
інформаційного суспільства»
(матеріали конференції)**



КИЇВ – 2014

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету: Дзюба В.М. - директор ННІМП ДУТ, к.п.н., доцент, заслужений працівник освіти.

Заступники Голови:

- Тупкало В.М., д.т.н., професор, завідувач кафедри Менеджменту і бізнес-моделювання;
- Гудзь О. Є., д.е.н., професор, завідувач кафедри Управління інноваційною діяльністю;
- Полисаєв О.П., д.філос.н., професор, завідувач кафедри Соціології та гуманітарних дисциплін

Члени оргкомітету:

Вальчук Т.Л., к.т.н., доцент заступник директора ННІМП,
Овсяннікова Н.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри Менеджменту і бізнес-моделювання;
Ковшова І.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри Менеджменту і бізнес-моделювання;
Бурбело Н.О., старший викладач кафедри Менеджменту і бізнес-моделювання;
Глушенкова А. А., к.е.н., доцент, доцент кафедри Управління інноваційною діяльністю;
Сазонова С.В., старший викладач кафедри Управління інноваційною діяльністю;
Слюсаренко П.М., к.істор.н., доцент, доцент кафедри Соціології та гуманітарних дисциплін;
Труш М.С., старший викладач кафедри Соціології та гуманітарних дисциплін;
Бондар А.О., Голова студенського самоврядування ННІМП.

Рекомендовано до друку Вченою радою ННІМП Державного університету телекомунікацій (протокол №3 від 28 листопада 2014 р.)

Матеріали конференції будуть опубліковані в збірнику тез конференції розміщеному на сайті Державного університету телекомунікацій - [http:// dut.edu.ua](http://dut.edu.ua)

Зміст

<i>Балацька В.В.</i> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
<i>Рябчич А.В.</i> УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
<i>Лукіянова Д.С.</i> ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ.....	8
<i>Глушаниця М.Ю.</i> РОЗРОБКА СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ЛАНКИ.....	9
<i>Мухіна А. І.</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	11
<i>Гладка Н.</i> ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	13
<i>Сурасян В.Е.</i> ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ EDI-ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	15
<i>Гусєва В.О.</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»	17
<i>Харченко А.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	18
<i>Волкова Є.В.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	20
<i>Кліщенко К.П.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ.....	22
<i>Усік Л.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	24
<i>Кремешна О.О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ.....	26
<i>Бритюк Л.</i> ЗАХОДИ ПО ВПРОВАДЖЕННЮ Е-УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	28
<i>Мельник Н.</i> ГУРТКИ ЯКОСТІ ЯК ПЕРШИЙ ЕТАП УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ НА ШЛЯХУ ДО СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ	30
<i>Сільченко А.В.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПРИОРІТЕТИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ.....	32
<i>Стекольщикова В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ	34
<i>Макаренко М.О.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ ПІДПРИЄМСТВА.....	36
<i>Деруга Н.В.</i> ЗАСОБИ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА....	37

<i>Гетьман К.М.</i> СТРУКТУРНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	40
<i>Кройтор Є.С.</i> УКРАЇНА НА ШЛЯХУ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	42
<i>Новицька А.А.</i> РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ В СУСПІЛЬНОМУ ЖИТТІ.....	45
<i>Семенченко Я.О.</i> РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	46
<i>Побережець С.Р.</i> СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ЯК НАУКИ І ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	47
<i>Слободяник Л.В.</i> РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ..	50
<i>Герасимчук В.В.</i> ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	54
<i>Актисенко А</i> СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТУ..	56
<i>Сільченко А.В.</i> ПСИХОЛОГІЯ СПІЛЬНОЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	58
<i>Ханіна Т.О.</i> КОНФЛІКТ В ПСИХОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	60
<i>Бова В.О.</i> РОЗБУДОВА СУСПІЛЬСТВА: ВІД ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО....	61
<i>Ходорковський М.В.</i> СТАДІЇ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА: РЕТРОСПЕКТИВА СОЦІОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ	64
<i>Максимів С.Б.</i> СИСТЕМНА СОЦІОЛОГІЯ ЯК ВИХІД ІЗ СУКУПНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТОКУ В ТЕХНОГЕННОМУ СВІТІ.....	66
<i>Кадет Д.М.</i> ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЗАСІБ ВИХОВАННЯ ПІДЛІТКІВ.....	68
<i>Талтанова О.Є.</i> РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	70
<i>Скорина О.І.</i> СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУСПІЛЬСТВІ.....	71
<i>Варакіна О.С.</i> СУСПІЛЬСТВО НОВОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗРАЗКА.....	73
<i>Саленко Є.Б.</i> ДОРОГА В МАЙБУТНЄ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ.....	74
<i>Талан О.О.</i> СУСПІЛЬСТВО СОЦІАЛЬНОЇ ЄДНОСТІ.....	75
<i>Баршиовець М.Г.</i> СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО.....	77
<i>Ханіна Т.О.</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАВОВІДНОСИНИ.....	78
<i>Сільченко А.В.</i> ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ЛЮДИНИ.....	80
<i>Макарова В.А.</i> ЗАХИСТ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ.....	81

Балацька Вікторія Вікторівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Бурбело Наталія Олексіївна

ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Практично кожна фірма, велика компанія збирає інформацію про своїх конкурентів, але мало хто з них замислюється над питанням, що вони також стають об'єктом пильної уваги з боку конкурентів. У світі постійно точиться інформаційна боротьба, яка ведеться як таємно, так і у відкритій формі між державами, підприємствами і фірмами за зони впливу, території, ринки збуту продукції, власність, капітали тощо. В даній ситуації кожна фірма, компанія чи підприємство виробляє свою стратегію і тактику протистояння, визначає її економічну доцільність і перспективи розвитку. Тому керівники підприємств повинні розпізнавати можливі вигоди і ризики пов'язані з ринком, управляти процесом конкурентної розвідки та розвивати стратегії конкурентоспроможності засновані на дослідженнях оточення підприємства.

На сучасному етапі розвитку важливим питанням є розробка ефективних напрямів та засобів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю, які сприятимуть підвищенню ефективності вітчизняних товаровиробників на зовнішніх ринках та стануть запорукою загального зміцнення економічних позицій України на світовому ринку. Тому постає нагальна необхідність впровадження системного підходу до управління конкурентоспроможністю.

Під системою управління конкурентоспроможністю підприємства (товарів, робіт, послуг) слід розуміти сукупність організаційної структури, процесів та технологій необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі. На рівень конкурентоспроможності впливає велика кількістю чинників, серед яких можна виділити технологічні, фінансові, інформаційні, ринкові та інші. Система управління конкурентоспроможністю охоплює всі види діяльності, пов'язані зі створенням конкурентних переваг підприємства. Проте конкурентні переваги суб'єкта господарювання все більше визначаються властивостями важливими для споживачів та спрямованими на задоволення індивідуальних, а не внутрішніх потреб підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємств являє собою адаптивний процес, протягом якого проходить коригування рішень на основі контролю й аналізу змін, що відбуваються у внутрішньому й зовнішньому середовищах. Управління конкурентоспроможністю підприємств має забезпечити максимальне використання виробничих потужностей й орієнтацію їх на задоволення потенціальних вимог споживачів у конкурентоспроможній

продукції. Для створення системи управління конкурентоспроможністю підприємств необхідний чіткий, науково обґрунтований методологічний апарат, ядром якого має стати конкурентна стратегія підприємства, створена на основі поглибленого економічного аналізу та прогнозуванні з побудовою моделей поведінки як усієї системи, так і окремих її підсистем.

Важливою складовою аналізу конкурентоспроможності та самоорганізації є дослідження інноваційності підприємства, яка може бути представлена як можливість оновлення, сукупність внутрішньо фірмових процесів перебудови напрямків діяльності, пов'язаних з життєвим циклом продукції, технологічністю, собівартістю. Таким чином, інноваційність визначає основу реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища та сприяє реалізації поняття достатності.

Конкурентоспроможність підприємства реалізується в процесі його діяльності, яка становить сукупність бізнес-процесів, що виконуються у певній послідовності, створюючи споживчу цінність для клієнта. Отже, при управлінні конкурентоспроможністю підприємство не може залишати поза увагою свої бізнес-процеси. Тому проблема застосування процесного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства є вельми актуальною.

Рівень конкурентоспроможності підприємства зумовлений ступенем задоволення інтересів зацікавлених сторін, і тому кожне підприємство на ринку характеризується певним рівнем конкурентоспроможності. При цьому широта охоплення зацікавлених сторін в процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства має враховуватися відносно масштабів діяльності підприємства. Таким чином, характеризуючи процес управління конкурентоспроможністю підприємства його можна розглядати як сукупність управлінських процесів, спрямованих на розвиток і реалізацію можливостей підприємства успішно функціонувати в умовах конкуренції, задовольняючи інтереси основних зацікавлених сторін.

Список використаних джерел

1. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці: Навч. Посібник. – Суми: УАБС, 2003. – 59 с.
2. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 319 с.
3. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
4. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. – М: Юрайт-Издат, 2004. – 335с.

Рябчич Аліна Василівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Бурбело Наталія Олексіївна

УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні, в період, коли світова фінансова система знаходиться в кризовому становищі українська економіка потребує глибоких зрушень з метою виходу країни з кризи та підвищення рівня життя людей. Перш за все, необхідним є здійснення змін щодо підвищення ефективності виробництва та його інтенсифікації. Необхідно переорієнтувати кожне підприємство на першочергове використання якісних чинників економічного зростання. В значній мірі необхідні умови для цього створюються ринковою економікою, а саме конкурентне середовище стимулює підприємства до більш ефективної роботи. Ефективність його діяльності - це і робочі місця, і національний дохід, і форма ринкової інфраструктури. Тому саме від ефективності функціонування підприємств залежить рівень розвитку національної економіки та держави в цілому.

Для оцінки рівня ефективності роботи підприємства використовується показники прибутку та рентабельності. Одержуваний результат (валовий дохід, прибуток), зіставляється з витратами або використовуваними ресурсами. Показники рентабельності більш повно, чим прибуток, відображають результати господарської діяльності підприємства. Вони характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності, окупність витрат. Величина показників рентабельності показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами. Показники рентабельності зазвичай використовуються для оцінки діяльності підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні.

Загальними внутрішніми і зовнішніми чинниками впливу на рентабельність діяльності підприємства виступають: технологія, устаткування, матеріали та енергоносії, працівники, методи роботи, організація системи праці, стиль управління, державна економічна і соціальна політика, інфраструктура, тощо.

З урахуванням особливостей цінового фактора підвищення рентабельності виділено певні напрямки дій, які дають можливість підвищити ціну реалізації без втрати обсягу реалізації продукції за рахунок зменшення попиту, такі як підвищення якості товарної продукції, реалізація в більш оптимальні строки, пошук більш вигідних ринків збуту.

Вплив податкового чинника на формування прибутку підприємства полягає в оптимізації податків, що дає змогу зменшити нарахування, і тим самим збільшити чистий прибуток.

Основними джерелами резервів збільшення суми прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення ціни реалізації та податкова оптимізація.

Серед екстенсивних факторів росту рентабельності варто виділити – чинник розміру товарообороту. Збільшити об'єм реалізації продукції можна шляхом реорганізації збутових підрозділів підприємства. Так на досліджуваному підприємстві для зростання обсягів реалізації обґрунтовано доцільність впровадження відділу продаж та системи прямих продаж як методу збуту.

До інтенсивних факторів росту рентабельності варто віднести пропозиції щодо організації використання робочого часу - скорочення простоїв, непродуктивних втрат часу тощо. Оптимізація потокових процесів на підприємстві, при більш раціональному використанні основних і оборотних коштів підприємства (технологія, енергія) забезпечить зниження собівартості продукції та призведе до зростання фінансових показників підприємства.

Список використаних джерел

1. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – Х.: «ИНЖЕК», 2003 р. – 240 с.
2. Економічний аналіз показників діяльності (на прикладі м'ясокомбінатів України): автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / С.В. Драч; Терноп. акад. нар. госп-ва. — Тернопіль, 2001. — 19 с.
3. Калабухова С.В. Основні напрямки управлінського аналізу рентабельності. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2008. – 49 с.
4. Калашников С.С. Як підвищити рентабельність підприємства. – К.: Знання, 1997. – 123 с.

Лукіянова Дарина Сергіївна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м.Київ
Науковий керівник д.т.н., професор,
Тупкало Віталій Миколайович

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ІДПРИЄМСТВІ ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ

Сьогодні управління персоналом відіграє дуже важливу роль в розвитку суспільства, оскільки від правильного підходу до управління персоналом залежить управління організацією в цілому. За допомогою людських ресурсів керівники досягають поставлених цілей та завдань, використовуючи працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей. У зв'язку з цим оволодіння основами організації процесу управління персоналом набуває особливої актуальності.

Управління людськими ресурсами – головна функція будь-якої організації, адже персонал – найбільш складний об'єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати пред'явлені до нього вимоги, має суб'єктивні інтереси і т. п. Персонал є мотором будь-якої організації. Для досягнення основної мети процесу управління персоналом підприємства необхідно досягти виконання трьох головних цілей: стабілізації кадрового персоналу, навчання персоналу, розвитку кадрового персоналу.

Кожна вищенаведена мета складається з цілей, ефективне виконання яких сприятиме досягненню головної мети – формування та удосконалення сучасної системи управління персоналом. Ефективність управління персоналом та найбільш повна реалізація поставлених цілей у великій мірі залежаме саме від принципів та методів управління персоналом. Слід зауважити, що чим більшим є підприємство та чим більше підрозділів воно має, тим більше значення має узгодження загальних принципів та підходів до управління. Основними принципами формування сучасної системи управління персоналом вважаються: ефективність відбору і розміщення працівників; справедливість оплати праці і мотивації; професійний ріст працівників відповідно до результатів праці, кваліфікації, здібностей, особистих інтересів, потреб організації; швидке й ефективне розв'язання особистих проблем.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: навч.посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 276 с.
2. Крамаренко В. І. Управління персоналом фірми / Крамаренко В. І., Холод Б. І.– Київ, 2003. – 272 с.
3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.

Глушаниця Марина Юріївна
студентка 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Бурбело Наталія Олексіївна

РОЗРОБКА СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ЛАНКИ

В умовах становлення ринкової економіки питання мотивації управлінського персоналу до праці відіграють важливу роль як для успіху окремої організації, так і для функціонування економічного сектора загалом.

Спонування людей до праці - об'єктивно необхідна умова розвитку будь-якого підприємства, тому мотивація праці вважається вирішальним чинником забезпечення досягнення відповідних цілей як на макро -, так і на мікрорівні.

Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів підприємства. Основна мета процесу мотивації - це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства.

Мотивація необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих завдань. Оплата праці є основним джерелом доходів робітників фірм і підприємств, тож вона є основним мотиваційним фактором підвищення ефективності діяльності працівників.

Мотивація персоналу – це процес використання внутрішніх та зовнішніх стимулів, за допомогою яких працівників спонукають до активної діяльності, щоб досягнути тих чи інших власних та організаційних цілей. Мотиви – це внутрішні рушійні сили людини, які впливають на спосіб та результати її діяльності. Варто зауважити, що максимального мотивуючого ефекту можна досягти лише тоді, коли є оптимальна система мотивації, що поєднує як матеріальні, так і нематеріальні важелі які представлені на табл.1

Кожна особа - це індивідуум, але водночас і член суспільства, то можна виділити також потреби індивіда, потреби групи людей, потреби всього суспільства. Звичайно, потреби індивіда і потреби групи переважно не збігаються, але прагнення досягти хоча б відносної рівноваги може. Це підтверджує вислів Д. Мак Грегора про те, що якщо вдається домогтися збігу потреб індивідів з потребами груп і організацій, то працівники будуть викладатися так, як не допомогли б жодні примусові заходи Мотивація трудової діяльності - це свідомий вибір людиною тієї чи іншої поведінки в процесі праці, що зумовлена впливом мотивів і посилювальних стимулів.

Теорія Маслоу визначає п'ять основних ступенів (груп) ієрархії людських потреб, які побудовані за принципом «важливості», починаючи з нижнього рівня (біогенні потреби) до верхнього рівня (психогенні потреби).

Матеріальне стимулювання регулює поведінку працівника на основі використання різних грошових виплат і санкцій і є засобом задоволення основних фізіологічних потреб. Нематеріальне (стосовно працівника) стимулювання спрямоване на підтримку потреби в безпеці, впевненості в завтрашньому дні. Потребу працівника в соціальній спільності, в соціальних контактах можна забезпечити на основі його залучення до процесу управління.

Розвиток трудової кар'єри є методом задоволення потреб працівника в повазі до себе і визнанні з боку оточення. При цьому розвиток трудової кар'єри мотивує співробітників до поліпшення подальшої діяльності через створення можливості підвищення статусу, підвищення їхньої відповідальності та самостійності. Потребами в самореалізації, втілення в життя потенціалу особистості можна керувати за допомогою поліпшення якості робочої сили, що виявляється у розширенні діапазону знань, прагненні до розвитку своїх здібностей.

Розуміння того, який вплив надає мотивація на результати праці, змушує керівників більш уважно придивитися до того, наскільки умови праці, практика управління, психологічний клімат організації, система стимулювання,

організаційна культура сприяють формуванню високої трудової мотивації у працівників. Грошові стимули при цьому є дуже важливим але далеко не єдиним чинником, що визначає мотивацію

Таблиця 1

Основні інструменти матеріального і нематеріального стимулювання персоналу

Матеріальне стимулювання	Нематеріальне стимулювання
Основна заробітна плата (тарифна частина)	Регулярний зворотний зв'язок
Премії за результати роботи	Залучення працівників до управлінських процесів
Доплати	Конкурси для виявлення кращих працівників
Надбавки	Кар'єрне просування
Участь працівників у прибутку підприємства	Корпоративні заходи, свята тощо
	Стимулювання працівників наданням вільного часу
	Надання соціальних послуг (медична страховка, відпочинок, харчування тощо)

Ефективна система мотивації є основним чинником спонукання працівників до праці, але при цьому важливо зазначити, що її розроблення і функціонування переважно залежать від працівників апарату управління, від їхнього професійного досвіду, кваліфікації, ділових рис та інших якісних характеристик.

Список використаних джерел

1. Андрушків Б.М. Основи менеджменту/ Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є.. - Львів, 1995. - 296 с.

2. Матюк С.А. Оцінка змістовності праці та мотивація в системі оплати праці: аналіз перспектив розвитку/ Матюк С.А. // Вісник ТУП. Економічні науки – 2004. - №1. - ч.2. - С.88-93.

Мухіна Анастасія Ігорівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник к. е. н., доцент
Овсяннікова Наталія Володимирівна

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія інтенсивного зростання забезпечує розвиток підприємства в межах базової галузі за рахунок розвитку продукту, ринку, підприємства, технологій. Для ПрАТ «ДХЛ Інтернешнл Україна» різні варіації стратегій цієї групи зводяться до посилення конкурентної позиції на ринку і розвитку продукту, а саме до розширення асортименту поштово-логістичних послуг.

На нашу думку, найважливішим завданням підприємства в розрізі стратегії інтенсивного зростання є розвиток двох нових видів послуг, які затребувані на ринку: Інтернет-логістика і надання регіональних баз даних юридичних осіб.

Інтернет-логістика все ширше впроваджується як у B2C-, так і в B2B-сферах. В обслуговуванні кінцевих споживачів Інтернет-послуги логістичних компаній дозволяють оперативно сформулювати замовлення, визначити напрями транспортування товару, провести швидкий розрахунок через електронні платіжні системи. В обслуговуванні підприємств Інтернет-логістика, крім того, дозволяє організувати транспортний портал, який працює за принципом дошок оголошень для отримання інформації про вільні транспортні засоби або вантажі в будь-який момент часу в певному місті, а також організувати он-лайн відстеження вантажу замовником у процесі доставки в режимі реального часу.

За даними UBR, більшість логістичних компаній в європейських країнах пропонують увесь спектр Інтернет-послуг своїм клієнтам, а їх частка в асортименті досягає 67% у секторі B2B і 74% у секторі B2C [2].

Основними перевагами Інтернет-логістики є швидкість виконання операцій пов'язаних з оформленням та обслуговуванням замовлень, можливість оперативної зміни умов доставки вантажів, а також можливість зменшення складських запасів до мінімально необхідного рівня, що сприяє зниженню витрат на зберігання [3].

Не менш важливою для ПрАТ «ДХЛ Інтернешнл Україна» є послуга надання регіональних баз даних юридичних і фізичних осіб. Аналог цієї послуги компанії у Німеччині користується значним попитом у корпоративних клієнтів завдяки можливостям доступу до нових клієнтів реалізуючи технологію прямого маркетингу та збільшуючи завдяки їй власний товарооборот.

Стратегія обмеженого зростання і переорієнтації на іншу цільову аудиторію повинна бути реалізована ПрАТ «ДХЛ Інтернешнл Україна» при формуванні клієнтської бази на основі оцінки платоспроможності клієнтів. Процес оцінювання платоспроможності клієнтів має контролюватися спеціалістами з маркетингу й менеджерами з продаж, що виконують функції управління взаємовідносинами з клієнтами.

Стратегія відсічення зайвого означає можливість відмови ПрАТ «ДХЛ Інтернешнл Україна» від цілого ряду послуг, пропонованих клієнтам сьогодні. З огляду на необхідність розширення асортименту за рахунок Інтернет-логістики та поштово-кур'єрських послуг реалізація даного стратегічного напрямку передбачає відмову від традиційних поштових послуг, які мають найменші показники рентабельності.

Також підприємству необхідно виробити чіткий підхід до застосування знижок, ефективність яких можна спрогнозувати і оцінити. Максимальна знижка в ціні враховуючи коефіцієнт цінової еластичності попиту на поштові послуги не має перевищувати 4%, що забезпечить підприємству конкурентоспроможні ціни та дозволить збільшити обсяг замовлень, за попередніми оцінками, на 10%.

Стратегічна програма дій ПрАТ «ДХЛ Інтернешнл Україна» включає наведені зміни за названими елементами комплексу маркетингу, що базуються на

систематичному дослідженні ринку з метою створення бази даних для інформаційного забезпечення стратегічного управління. План ринкових досліджень на підприємстві має бути визначений за часовими й територіальними межами, визначати відповідального виконавця та обсяг витрат на проведення.

Таким чином, стратегічні рішення щодо продуктово-ринкової стратегії підприємства, з одного боку, спираються на комплексне та систематичне дослідження зовнішнього середовища підприємства, та з іншого боку, засновані на використанні конкурентних переваг, які забезпечуються підконтрольними підприємству факторами - оновленням асортименту та регулюванням цінової політики. Впровадження означених заходів дозволить забезпечити сталі ринкові позиції підприємства.

Список використаних джерел

1. Стратегии интенсивного (концентрированного) роста // Электронная библиотека «TextB» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textb.net/93/9.html>.
2. Скибінський С.В. Маркетинг/ С.В. Скибінський. – Львів, 2000. – 640 с.
3. Крыловский К. Плюсы и минусы почтово-курьерской доставки // Психология рекламы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ideaura.com/psychology/btl_pros_and_cons.php.

Гладка Наталія
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник д. т. н., професор
Тупкало Віталій Миколайович

ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкуренція — економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Основа конкурентних відносин — свобода вибору — реалізується у формі прагнення кожного суб'єкта господарювання одержувати для себе особисто грошовий дохід. Конкуренція означає наявність на ринку великої кількості незалежно діючих продавців і покупців.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, поліпшення якості продукції,

впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, у тому числі людських, поліпшення умов роботи та ряду інших факторів.

Особливу увагу необхідно приділити людським ресурсам як ключовому елементу продуктивності та конкурентоспроможності.

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства є: стратегія фірми, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції.

Значною мірою конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів у порівнянні з товарами конкурентів. З іншого боку, конкурентоспроможним, як правило, є те підприємство, що тривалий час може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки.

Одним з найцікавіших методів оцінки конкуренції є графічний метод. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої “радіальної діаграми конкурентоспроможності” або “багатокутника конкурентоспроможності”.

На рис. 1 наведено порівняльну характеристику конкурентоспроможності чотирьох підприємств (умовні назви – “Союз-Україна”, “Рапід”, “Прогрес” та “Грант”) по дев’яти критеріях конкурентоспроможності. Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність.

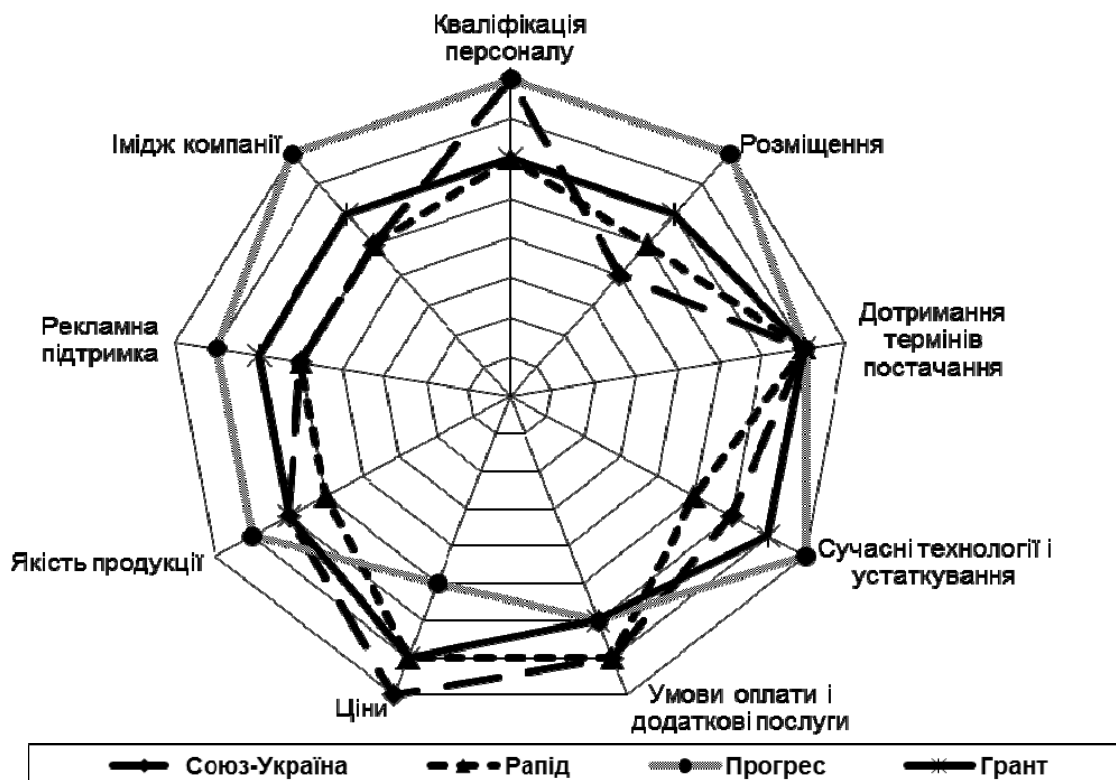


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності

Серед недоліків слід відзначити те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

Існує ряд факторів, що впливають на конкурентоспроможність фірми. Їх можна розділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх факторів належать, які не контролює підприємство варто віднести політичну обстановку в державі і вплив держави на цінову політику, податкову, зовнішньоекономічну, фінансово-кредитну, науково-технічну та інноваційну політику, державне регулювання якості продукції, антимонопольне законодавство, систему заходів державної підтримки вітчизняного виробника, стан попиту та пропозиції на ринку і розвиток інфраструктури ринку, наявність конкурентів і стан конкуренції на ринку, розміщення виробничих сил і рівень концентрації виробництва, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки, технологій та інновацій у галузі.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно звертати увагу кваліфіковане управління виробництвом з урахуванням специфічних умов оточення підприємства, а також на розробку і реалізацію зовнішньої та внутрішньої політики конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Гальчинський А. С. Трансринкові трансформації / А. С. Гальчинський // Економічна теорія. – 2007. – № 1. – С. 3–12.
2. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки / В. Я. Бобров. – К., 2005. – 320 с.
3. Азоєв Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика. - М., 1996.- 148с.
4. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия. - Х., 1995. – 205с.
5. Иванов Ю. Б. Конкуренетоспособность продукции. Теоретико-методологический аспект. - Кременчуг, 1994.

Сурасян Віталій Едуардович
студент 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник к. е. н., доц.
Зубко Тетяна Леонідівна

ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ EDI-ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОМЕРЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

Електронний обмін даними (*EDI – Electronic Data Interchange*) є методом передачі даних між різними системами комп'ютера або комп'ютерної мережі. Він широко використовується в електронній комерції з метою

відправки замовлень на склади, відстеження постачання замовлень, здійснення безготівкових розрахунків [1].

Особливість технології EDI полягає в тому, що бізнес-партнери відмовляються від надсилання замовлень електронною поштою та не використовують факсимільний зв'язок, замінюючи їх відправкою та отриманням документів в цифровому вигляді (наприклад, замовлень на поставку продукції). Задля цього облікові системи підприємств інтегруються в єдиному форматі для відправки та отримання повідомлень. Таким чином, документи з однієї облікової системи потрапляють відразу в іншу, позбавляючи бізнес-партнерів тривіальної роздруковки документа і відправлення його факсом з наступним ручним введенням даних постачальником. Це дозволяє істотно скоротити матеріальні витрати і час на обслуговування замовлення [2].

Перелік позицій продукції, що поставляється до торговельних мереж може значно варіюватися від декількох до сотен позицій. Впровадження EDI-технології дає змогу відмовитись від необхідності «перенабирати» вручну замовлення, що економить робочий час персоналу і скорочує цикл обслуговування замовлення. Також ефектом застосування електронного обміну даними є уникнення помилок «ручного введення», які часто призводять до додаткових витрат. EDI-повідомлення в платформі електронної комерції доставляються одержувачу за хвилину після відправки.

Додатковими перевагами EDI можна вважати: єдиний стандарт повідомлень - EANCOM 2002 S3, який є найбільш розповсюдженим стандартом; безпека – до вмісту EDI-повідомлення крім відправника та одержувача не мають доступу навіть адміністратори платформи. Суворі заходи безпеки роблять несанкціонований доступ до інформації неможливим; вимоги до Інтернет-каналів мінімальні - розроблене програмне забезпечення з успіхом працює як на виділених лініях, так і на комутованих (Dial-Up). Така перевага обумовлена тим, що повідомлення у форматі XML за обсягом зазвичай складають 1-5 Кбайт. Щодо TCP / IP-адресації, то розроблене ПО успішно працює на статичних і динамічних (DHCP) адресах, а також через NAT (NetworkAddressTranslation) [3].

Впровадження даної технології в Україні здійснює фірма ТОВ "Е-КОМ", використовуючи австрійську платформу електронного документообігу «ЕХІТЕ». Основа клієнтсько-партнерських відносин побудована на наданні посередницьких послуг торговельним роздрібним мережам з продуктивним асортиментом та їх постачальникам. Типовою схемою роботи багатьох роздрібних торговельних мереж є наступний цикл обміну документами: замовлення на постачання (надсилають агенти роздрібної мережі), опрацювання замовлення та повідомлення про відвантаження (надсилає постачальник за фактом відвантаження продукції), повідомлення про отримання продукції (надсилає роздрібна мережа по факту отриманої продукції за вирахуванням браку), рахунок на оплату (надсилає постачальник). Слід зазначити, що можливо формувати та обробляти будь-які форми документів для різноманітних ділових операцій: прикладом може бути такий документ, як акт взаєморозрахунку, що враховує всі надані послуги мережі та обсяг

отриманою нею продукції для подальшого взаємозаліку. До додаткових ефектів можна віднести оптимізацію обробки замовлень постачальником на асортиментні групи продукції згідно запитів роздрібною торговельною мережі.

Введення системи EDI на підприємствах прискорює обмін документами більш ніж на 30 %, та зменшує кількість залученого персоналу вдвічі. Фірмою ТОВ "Е-КОМ" на сьогодні вже підключено до системи більше вісімдесяти роздрібних торговельних мереж на території країн СНД, а також більше п'яти тисяч постачальників, що доводить високу ступінь корисності для клієнтів та забезпечення ефективності супроводження торговельних операцій.

Список використаних джерел

1. Баласанян В.Э. Электронный документооборот – основа эффективного управления современным предприятием / В.Э. Баласанян // Секретарское дело. – 2012.— №2. – С. 46—48.
2. Бобылева М.П. Эффективный документооборот: от традиционного к электронному / М.П. Бобылева. – М.: Издательство МЭИ, 2004. — 49 с.
3. Дядиченко О. В. Согласование организационно-распорядительных документов в системе электронного документооборота. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.refine.org.ua>.

Гусєва Вікторія Олегівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»

Нерухомість є особливою економічною категорією, її зміст та характерні риси розкриваються через наявність фізичного, економічного, соціального і правового зв'язку із землею.

Аналіз нормативних визначень дозволяє сформулювати єдиний загальний підхід до цього поняття: нерухомість – це все те, що не може без зазваної шкоди бути переміщеним відносно землі, а також сама земля (земельна ділянка). У законодавстві України (Цивільному Кодексі України) подається таке визначення нерухомості: нерухоме майно (нерухомість) – земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення (ст.181).

ПАТ «Укртелеком» – одна з провідних телекомунікаційних компаній України. Особливо сильні позиції національний оператор має на ринку послуг доступу до мережі Інтернет та фіксованої телефонії.

Укртелеком має у своєму розпорядженні потужну і розгалужену транспортну мережу з високим ступенем надійності та резервування, яка є

основою телекомунікаційної інфраструктури країни і дозволяє надавати традиційні та інноваційні послуги в усіх регіонах України. Таким чином висока фондомісткість підприємства разом з ефективним використанням виробничого потенціалу забезпечують основні конкурентні переваги ПАТ «Укртелеком».

Незважаючи на тимчасові труднощі - збитковість, зміни в управлінні, проблеми з рефінансуванням боргів, дане підприємство розглядається як привабливий варіант для середньо- та довгострокових інвестицій. Адже воно володіє стратегічним ресурсом на ринку телекомунікацій України, володіє доступом до обмежених частот та має розгалужену регіональну мережу.

Незважаючи на надійний тил у вигляді райцентрів і сіл, «Укртелекому» в найближчому майбутньому належить докласти багато зусиль для утримання своїх позицій в телеком-бізнесі. У структурі доходів компанії дохід від інтернет-послуг, на які робиться ставка, становить зараз приблизно 22%. Підвищують ризики операційної діяльності оператора і відмови клієнтів від засобів стаціонарного зв'язку.

Якщо припустити, що менеджмент компанії впорається з нелегким завданням, організувавши ефективну прибуткову роботу підприємства і забезпечивши стабільне зростання доходів компанії, протягом трьох років її капіталізація може досягти \$2 млрд.

Список використаних джерел

1. Манн Р.В. Особливості діагностування стану і перспектив розвитку ринку нерухомості / Р. В. Манн // «Економіка та держава» Міжнародний науково-практичний журнал – 23007. - № 9 . – С. 15-17.
2. Швиданенко Г. О., Олексюк О.І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: Монографія.-К.: КНЕУ, 2002 – 192 с.
3. Ліповська-Маковець Н. І. Проблеми розвитку регіональних ринків комерційної нерухомості // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природного потенціалу регіону: зб. наук. пр. - 2007. - №2 – С. 12-20

Харченко А.
студент 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг несе відповідальність за весь комплекс відносин між комерційним підприємством та споживачем. Служба маркетингу - це одна з найважливіших ланок в управлінні підприємством, яка спільно з іншими службами створює єдиний інтегрований процес, спрямований на задоволення запитів ринку і отримання на цій основі прибутку. Сучасна діяльність маркетингових служб

спирається на програмно-цільове управління діяльністю підприємства з формування портфеля замовлень та реалізації товарів і послуг, визначення і задоволення споживчого попиту, організації ефективного товарообігу, забезпечення рентабельної роботи та розвитку господарюючого суб'єкта [1].

Предметом діяльності маркетингової служби на підприємстві є господарські зв'язки із замовниками товарів і послуг, дистриб'юторськими, маркетинговими та логістичними центрами, постачальниками матеріальних ресурсів і послуг, суспільні зв'язки із засобами масової інформації.

В ході дослідження були проаналізовані поняття маркетинг, маркетингова діяльність та її роль у функціонуванні організації. Аналіз базового поняття - маркетинг - дав можливість детально розібратися в аспектах роботи маркетингової служби на підприємстві.

На даний момент в компанії «Tradecosmetics» відсутній системний підхід до управління маркетинговою діяльністю, тому найбільш доцільно створити власну маркетингову службу, здатну реалізувати весь комплекс маркетингових функцій. Першочерговими завданнями є:

- розробка структури служби маркетингу, і її взаємозв'язок з іншими підрозділами компанії;
- вироблення маркетингової політики підприємства;
- обґрунтування напрямів маркетингових досліджень;
- створення посадових інструкцій для маркетингового відділу;
- визначення «портрета» маркетолога, що враховує специфічні потреби компанії;
- створення системи стимулювання співробітників служби маркетингу.

Напрямок, в якому працює компанія - це ринок косметичної продукції, зокрема декоративна косметика, косметика для догляду за волоссям, косметика для догляду за шкірою обличчя і тіла, а також косметичні аксесуари. Ці напрями представлені такими торговими марками: «Ninelle» (декоративна косметика, виробництво Іспанія), «Victoria Shu» (декоративна косметика, виробництво Іспанія), «Univerlook» (косметика для догляду за волоссям, виробництво Іспанія), «Dermacol» (косметика по догляду за шкірою обличчя і тіла, виробництво Чехія), «Beter» (косметичні аксесуари, виробництво Іспанія).

В процесі дослідження був проведений комплексний аналіз діяльності компанії та розроблено рекомендації щодо вибору торгових марок та їх дистрибуції і просування до споживача. Для більш повної картини поточного стану справ на підприємстві складено SWOT – аналіз (табл.1). За результатами SWOT-аналізу, можна бачити, що головні загрози пов'язані з внутрішніми факторами. А саме - проблемами менеджменту компанії, проблемами з персоналом, його компетентністю та мотивацією. Варто також відзначити негативну роль фактора, пов'язаного з постачальниками продукції, перевізниками, а також із зовнішньоекономічною політикою держави. Серед можливостей варто виділити надійність дистриб'юторів. Різниця між впливом факторів є позитивною, тому в якості стратегічного напрямку подальшого розвитку підприємства обрано стратегію зростання.

Стратегія зростання має на меті збільшення обсягів продажів, розширення асортименту продукції та виробничої потужності.

Таблиця 1

Матриця SWOT –аналізу

Сильні сторони	Р	Зн	З	Слабкі сторони	Р	Зн	З
Зовнішні фактори							
Дистрибутори	3	3	+6	Зовнішня політика гос-ва	4	1	-4
				Постачальники	1	3	-3
$\Sigma = -3$				Перевізники	2	1	-2
Внутрішні фактори							
Торговельні марки та їх позиціонування				Менеджмент	2	2	-4
				Персонал	1	3	-3
$\Sigma = -4$	4	2	+8	Мотивація	3	2	-5

Стратегія зростання здійснюється шляхом щорічного підвищення рівня короткострокових і довгострокових цілей над рівнем показників попереднього року. Задовільні показники її реалізації показують підприємства, що працюють на ринках із швидкоплинною кон'юктурою та високими темпами росту.

Список використаних джерел

1. Армстронг Г. Введение в маркетинг / Армстронг Г., Котлер Ф. – М, 2011.-832 с.
2. Мілевський С. В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств / С. В. Мілевський, О. В. Мілов. – Х. : Видавництво ХНЕУ, 2009. – 156 с.
3. Яшева Г.А. Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты //Практический маркетинг. – 2011. - № 5. - С. 9.

Волкова Євгенія Валеріївна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник к.е.н., доцент
Ковшова Ірина Олегівна

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Під час впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах України, мотиваційні заходи виходять на перший план і головним завданням керівництва є орієнтація працівників на досягнення цілей підприємства.

Прийнято вважати, що мотив знаходиться «всередині» людини, має «персональний» характер, залежить від безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів та від дій, що виникають паралельно з ним. Часто мотиви визначають як не актуалізовану готовність людини до певної поведінки. Водночас, актуалізація мотиву означає перетворення його в головний імпульс психологічної активності, що детермінує поведінку людини в цілому.

Механізм управління мотиваційними процесами включає потребу, очікування, стимули, установки, оцінки і т. ін. Вихідною ланкою його є потреби, які можуть бути вродженими чи набутими в процесі життя і виховання. Наступними ланками механізму мотивації є претензії й очікування. На базі однієї потреби можуть формуватись різні претензії й очікування. Наприклад, в кризовій ситуації очікування працівників значно нижчі, ніж в стабільний («не кризовий») час. Також, спостерігаються різні очікування винагороди за приблизно однакову роботу в європейських і українських співробітників підприємств. Таким чином, під час впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах України необхідно враховувати різний рівень очікувань працівників.

Для виявлення рівня задоволеності умовами праці персоналу на українських підприємствах нами проведено спеціальне дослідження, яке складалось з таких послідовних етапів: 1) сформовано перелік найбільш важливих очікувань персоналу від роботи на підприємствах; 2) розроблено анкети для проведення опитування серед співробітників підприємств; 3) проведено анкетне опитування; 4) систематизовано дані анкетного опитування; 5) проаналізовано отриману інформацію по кожному твердженню; 6) оцінено рівень задоволеності персоналу умовами праці; 7) створено матрицю «очікування / реальність»; 8) проаналізовано результати та надано рекомендації.

Проведені консультації з працівниками українських підприємств дозволили виділити такі тринадцять основних проблем, які впливають на рівень задоволеності персоналу: розмір заробітної плати; можливість працювати без великих напруг і стресів; наявність перспектив професійного і службового зростання; взаємовідносини з безпосереднім керівником; рівень забезпечення правдивою інформацією; важливість виконуваної роботи; характеристика умов праці; надійність роботи, що дає впевненість у завтрашньому дні; можливість виконувати цікаву роботу; взаємовідносини в колективі; можливість прояву самостійності та ініціативності; відповідність роботи здібностям; відношення до роботи, як до засобу досягнення успіху в житті.

За допомогою 5-тибальної шкали співробітники українських підприємств оцінили свої очікування щодо роботи та реальний стан. Відповідно до розробленої шкали, 1 бал характеризує ситуацію повного незадоволення певною характеристикою, 3 бали – нейтральний стан, 5 балів характеризує ситуацію повного задоволення певною характеристикою.

Отриману інформацію зведено у матрицю, яка сформована за двома осями координат «очікування» та «реальність». Вісі перетинаються у нейтральному положенні (на рівні трьох балів) та поділяють простір на чотири

квадрати: (1) «зосередитись на цьому»; (2) «успішний результат»; (3) «низький пріоритет»; (4) «можлива переоцінка».

До першого сектору «зосередитись на цьому» віднесено такі нереалізовані очікування персоналу: можливість досягти бажаного кар'єрного зростання; наявність кращих умов праці; можливість виконувати цікаву роботу; очікування від роботи гарантій стабільності та надійності. До другого сектору матриці «успішний результат» віднесено такі реалізовані очікування персоналу: рівень заробітної плати; взаємовідносини в колективі та з безпосередніми керівниками. Тобто, не зважаючи на бажання отримувати більш високу зарплатню, в цілому по підприємствам співробітники розуміють неможливість її підвищення в сучасних українських реаліях. До третього сектору «низький пріоритет» віднесено такі очікування персоналу: вільна циркуляція інформації та можливість надання роботи працівникам відповідно до їхніх здібностей. До четвертого сектору «можлива переоцінка» віднесено очікування персоналу щодо роботи без напруги та стресів.

Список використаних джерел

1. Анікеєв С. Методика розробки плану маркетингу / Сергій Анікеєв: Практичне посібник. — М.: Фоліум, 2001. — 287 с.
2. Базарова Т. Ю. Управление персоналом развивающейся организации / Т. Ю. Базарова – М.: ИПК Госслужбы, 2003. — 355 с.
3. Волкогорова О. Д. Стратегічний менеджмент / О. Д. Волкогорова, А. Т. Зуб. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 254 с.
4. Гончаров В. І. Менеджмент. / В. І. Гончаров - Минск, 2003. –624 с.
5. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу / А. М. Колот – К.: КНЕУ, 2002. – 224 с.

Кліщенко Ксенія Петрівна
студентка 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник к.е.н., доцент
Ковшова Ірина Олегівна

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ

Рекламна діяльність сьогодні стала необхідним напрямом роботи будь-якого підприємства. Разом з тим одиничні та роз'єднані в часі рекламні акції, не пов'язані між собою загальною метою, ідеєю, оформленням, не можна назвати рекламою в сучасному сенсі цього слова. Практика реклами показує, що вони набагато менш ефективні комплексних і взаємопов'язаних рекламних заходів, розроблених з урахуванням маркетингової стратегії підприємства. Тому

успішна професійна рекламна діяльність передбачає планування рекламних заходів в рамках рекламних кампаній.

У загальному виді, рекламна кампанія - це комплекс взаємопов'язаних рекламних заходів, об'єднаних однією метою і загальною стратегією, що проводяться в певний період і спрямованих на вирішення маркетингових завдань рекламодавця [2].

Під стратегією рекламної кампанії розуміють сукупність організаційних і креативних рішень, завдяки яким досягаються цілі реклами [1]. Рекламна стратегія відповідає на питання: як побудувати рекламну кампанію, щоб реалізувати маркетингові завдання компанії.

Якщо узагальнити думки авторів фундаментальних видань, присвячених рекламі, провідних західних і вітчизняних фахівців, то можна виділити певні основні елементи рекламної стратегії, представлені на рис. 1.

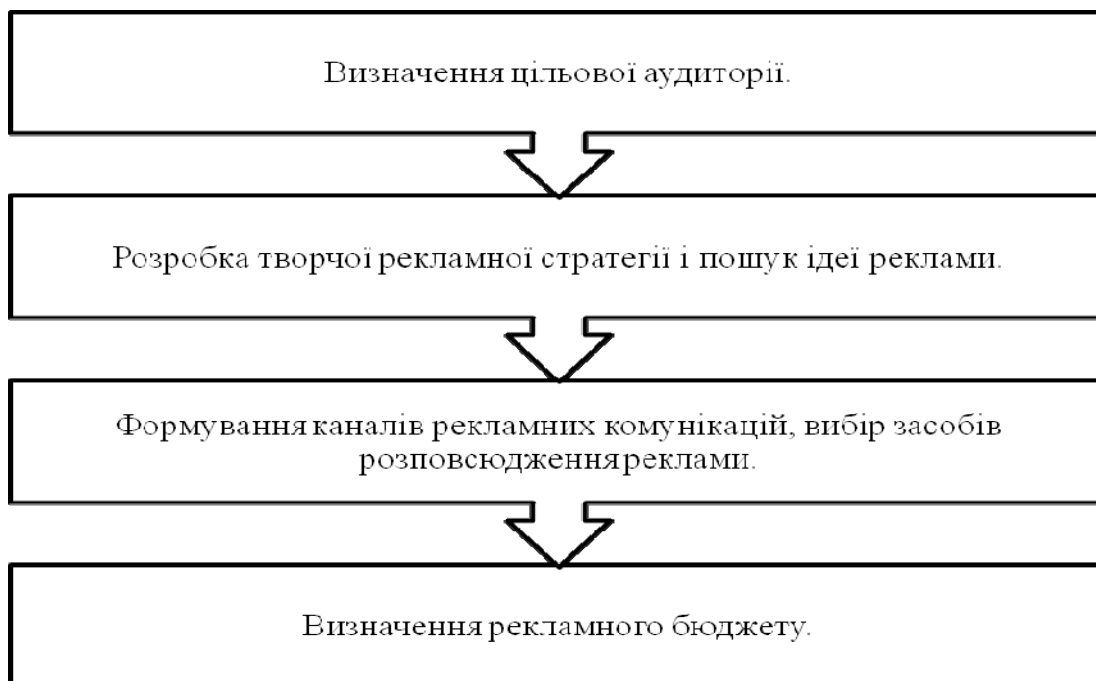


Рис. 1. Основні елементи рекламної стратегії підприємства

Таким чином, стратегію рекламної кампанії визначають після того, як було проведено рекламно-маркетингове дослідження: вивчені споживачі, ринок, товар, канали розповсюдження реклами і т. інш.

Насамперед будь-яка стратегія рекламної кампанії повинна бути максимально адекватна маркетинговим цілям і фінансовим можливостям підприємства. Також на вибір стратегії рекламування впливає специфіка товару чи послуги (можливість виділити його значущі властивості для споживача, переважання утилітарної значущості або емоційного фону), стадія його життєвого циклу, дії конкурентів (їх активність, методи продажу і реклама), характеристики і умонастрої цільової аудиторії.

Деякі автори ототожнюють поняття загальної стратегії рекламної кампанії та творчої рекламної стратегії. Разом з тим ці поняття слід розрізняти [3]. Загальна стратегія рекламної кампанії дозволяє визначити цільову аудиторію, розробити

рекламну стратегію, сформувані канали реклам, комунікаційні витрати засоби розповсюдження реклами і звичайно визначити рекламний бюджет. Після вивчення всіх цих факторів стратегія рекламної компанії стає максимально адекватною маркетинговим цілям і фінансовим можливостям підприємства.

Водночас, творча рекламна стратегія передбачає формулювання того, який сенс повинна додати реклама товару, щоб покупець віддав йому перевагу перед іншими конкуруючими товарами. Іншими словами, творча рекламна стратегія є основою для загальної рекламної стратегії та її головним елементом. При цьому творча стратегія нерозривно пов'язана з кожним елементом загальної рекламної стратегії, залежить від них і впливає на них. Дослідивши вплив творчої стратегії на бюджет, зазначимо, що сильна в творчому відношенні реклама дозволяє в рази заощадити кошти на її розміщення.

Таким чином, в основі будь грамотної, дієвої реклами має лежати обґрунтована загальна рекламна стратегія і оригінальна яскрава творча рекламна стратегія. А ефективність рекламних кампаній досягається за рахунок одночасного використання багатьох рекламних засобів і прийомів, одні з яких доповнюють і підсилюють дію інших. Але при цьому повинні зберігатись загальними творча стратегія, ідея, слоган, оформлення та інші елементи.

Список використаних джерел

1. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посіб./ Т. І. Лук'янець - К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
2. Примак Т. О. Маркетинг. / Примак Т. О. — К., 2004. — 228 с.
3. Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації / І. Г. Клімова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2009. – № 5. – С. 115-118.

Усік Л.В.
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник д.е.н., професор,
Гудзь Олена Євгенівна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні управління персоналом є однією з найважливіших функцій менеджера. Ефективність організації в значній мірі залежить від людських ресурсів - навичок, умінь, знань персоналу. Стратегія функціонування і розвитку будь-якого підприємства неможлива без системного управління людськими ресурсами [1, с.77]. Для того, щоб забезпечити ефективне

функціонування підприємства, на ньому повинна бути сформована сильна команда, здатна підтримувати його високий професійний авторитет.

Основу концепції управління персоналом організації в даний час складають зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти відповідно до завдань, що поставлені перед організацією. Управління персоналом дозволяє узагальнити і реалізувати цілий спектр питань адаптації людини до зовнішніх умов, врахування особистісного фактора в побудові системи управління персоналом організації.

Як галузь знань управління персоналом являє собою комплексну прикладну науку про організаційно-економічні, адміністративно-управлінські, технологічні, правові, групові і особистісні фактори, способи і методи впливу на персонал підприємства для підвищення ефективності досягнення цілей організації. [3, с.71]. Об'єктом її досліджень є формальні і неформальні групи, професійно-кваліфікаційні та соціальні групи, колективи і організація в цілому .

Доказом зв'язку науки управління персоналом з психологією є тісний зв'язок історії розвитку мотиваційних і трудових теорій з історією розвитку психологічних вчень [1, с.105]. Становлення теорій управління персоналом в історичному аспекті розкрито в табл. 1.

Таблиця 1

Зв'язок між психологічними та трудовими теоріями

Психологічні школи(теорії)	Трудові та мотиваційні теорії
Механіцизм, асоціанізм, рефлексологія	Трудове навчання та виховання, формування нових спільнот в радянський час, теорії наукової організації праці, тейлоризм
Біхевіоризм, необіхевіоризм	Те саме
Психологія індивідуальних відмінностей, соціальна та культурно-історична психологія	Школа психології та людських стосунків
Психотехніка	Професійне та особистісне тестування
Теорія Скіннера	Теорія очікувань, збагачення праці, зміст праць, інші процесуальні теорії
Гуманістична психологія	Змістовні теорії мотивації: Маслоу, МакКлелланда, Герцберга, процесуальні теорії Врума, Портера-Лоулера
Недирективна терапія Роджерса	Позитивна мотивація і стимулювання

Організація в межах теорії управління персоналом розглядається одночасно як цілісний організм (по Файолю, «єдність матеріального і соціального»), та як весь трудовий колектив, аналізуючи персоналії,

керівництво, власників підприємства, що представляють інтереси організації та визначають її поведінку.

Предметом науки управління персоналом є основні закономірності і рушійні сили, що визначають поведінку людей і спільнот в умовах спільної праці. Завданням є пізнання закономірностей і факторів поведінки та їх застосування в досягненні цілей організації з урахуванням особистих і групових інтересів персоналу. Тобто завданням є створення організації, яка б працювала на основі співробітництва та в якій оптимально поєднується рух до загальноорганізаційних, групових та індивідуальних цілей [2, с.85].

Впровадження окресленого підходу до управління досягається послідовною та системною реалізацією наступних принципів управління:

- науковість, використання досягнень наукових дисциплін, що мають своїм об'єктом людину, соціальні спільноті, організації, працю. В дослідженні поведінки окремих працівників слід ґрунтуватися на принципах вивчення особистості К. К. Платонова;

- системність у сприйнятті об'єктів дослідження і управління та факторів, що впливають на їх поведінку;

- гуманізм, що ґрунтується на індивідуальному підході, сприйнятті персоналу як головного надбання організації, а кожного працівника - як унікальної особистості з великим потенціалом;

- професіоналізм, що передбачає у працівників служб Управління персоналом наявність адекватної освіти, досвіду і контекстуальних навичок, що дозволяють ефективно управляти персоналом конкретного підприємства.

Список використаних джерел

1. Аширов Д.А., Управление персоналом. – М., 2003. - 135 с.
2. Брагина З.В., Дудяшова В.П., Каверина З.Т. Управление персоналом: Учебное пособие для вузов. - М.: КноРус, 2010. - 126 с.
3. Герасимов Б.Н. и др. Менеджмент персонала: Учебное пособие. - Ростов н/Д., 2003. – 150с.

Кремешна Олександра Олексіївна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м.Київ
Науковий керівник д.т.н., професор,
Тупкало Віталій Миколайович

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

На сьогоднішній день бізнес-планування - це сучасний і досить популярний термін в бізнес-середовищі. На українських підприємствах з переходом до ринкових відносин відбувається зближення методичних підходів, що застосовуються у вітчизняній практиці планування, з практикою зарубіжних

країн. Сьогодні розробка бізнес-планів і ведення діяльності в руслі постійного бізнес-планування з урахуванням постійного моніторингу ринку, аналізу конкурентного середовища, планування інноваційного розвитку є необхідною запорукою сталого розвитку будь-якого підприємства.

Проте на відміну від бізнес-практики західних країн, ділове планування в Україні має ряд особливостей. Зокрема, Українське законодавство на сьогодні не закріплює обов'язковість розробки бізнес-плану. Останній є новим документом для більшості українських підприємств. Незважаючи на те що країна прагне приєднатися до європейської спільноти та підвищити стандарти якості продукції, послуг та принципів ведення бізнесу, значно поширена позиція, яка заперечує доцільність розробки розгорнутого бізнес-плану і передбачає, як альтернативу, стисле техніко-економічне обґрунтування. Структура бізнес-плану не має строго обов'язкового характеру. Розділи бізнес-плану також мають різний ступінь деталізації. Це пов'язано насамперед з специфікою бізнесу. Іноді вважається, що відсутність добре розробленого бізнес-плану може бути компенсована знанням “глибин” вітчизняного бізнесу.

Бізнес-план дає можливість власнику бізнес-ідеї обґрунтувати комерційну доцільність власного інвестиційного проекту, а потенційним інвесторам – оцінити ефективність вкладання коштів. Будь-який бізнес-план включає в себе три блоки: маркетинговий, організаційний і фінансовий. Перші два блоки бізнес-плану можна фактично розглядати, як підготовку вихідних даних для третього – фінансового. У маркетинговому блоці готуються вихідні дані для дохідної частини фінансового плану, в організаційному – для видаткової.

У розділі фінансового планування зосереджені дані, що цікавлять інвесторів і замовників бізнес-плану. Фінансовий блок в обов'язковому порядку містить [4, с. 257]: - бюджет доходів і витрат, який ілюструє прибутковість проекту; - бюджет руху грошових коштів, який розраховується для визначення розміру інвестицій, термінів їх використання і повернення; - розрахунок фінансових показників, що відображають прибутковість проекту.

Безумовно в першу чергу, інвестора цікавить прогноз фінансових показників. Але, разом з тим обґрунтуванню інвестиційного проекту передують аналіз ринку, переконлива програма просування та продуманий план розвитку продукту [1, с. 60]. Саме тому бізнес-план повинен розроблятися поступово, починаючи з опрацювання маркетингової частини та комерційної концепції проекту.

Список використаних джерел

1. Чичун В.А., Паламарчук В.Д. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності // Соціум. Наука. Культура. – 2010. – 21(18). – С.58-63.
2. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник / Алексеева М. М. – К.: Фінанси і статистика, 2011. – 248 с.
3. Пашута М. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності // Персонал. – 2006. – С. 66-74.
4. Пугачевська К.Й., Плют Т.С. Значення бізнес-планування як чинника господарської діяльності в ринковій економіці // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.1. – С. 256-260.

Бритюк Леся
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Анахова Ольга Володимирівна

ЗАХОДИ ПО ВПРОВАДЖЕННЮ Е-УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розвиток електронного урядування в Україні є складним процесом, що вимагає значних фінансових витрат і вирішення цілого комплексу взаємозалежних політичних, правових, адміністративних і технологічних проблем. Однією із загальних тенденцій розвитку суспільства та держави є перехід до інформаційного суспільства на основі широкого впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в усі сфери життєдіяльності людини [1]. Для того щоб виявити основні проблеми електронного урядування в Україні, і запропонувати шляхи їх вирішення, потрібно проаналізувати особливості розвитку електронного урядування в Україні, та в першу чергу – доступ громадян держави до послуг е-урядування.

Електронне урядування – це форма організації державного управління, за якою відбувається активна взаємодія органів державної влади та органів місцевого самоврядування між собою, з суспільством, людиною та е-громадянином, бізнесом за допомогою ІКТ. Розвиток інформаційного суспільства в Україні передбачає цілеспрямовану узгоджену діяльність всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування [2]. Електронне урядування побудоване на двох взаємопов'язаних підходах. По-перше, це бізнес-модель, адаптована до сучасних потреб та прийнята підприємницьким сектором. По-друге, це використання широкого спектра ІКТ. Одним із основних чинників впливу на процеси розвитку інформаційного суспільства в середньостроковій перспективі в Україні буде фінансово-економічна криза, яка сьогодні охопила усі сфери життєдіяльності нашого суспільства та держави.

Досвід провідних країн світу (США, країн ЄС) показує, що одним зі способів зменшення негативних наслідків цієї кризи є здійснення відповідної інвестиційно-інноваційної політики у сфері розвитку інформаційного суспільства та впровадження електронного урядування. Тому сьогодні відсутня можливість надання інтегрованих державних послуг електронними засобами, зокрема адміністративних. В державі вже не один рік функціонує та постійно удосконалюється Єдиний веб-портал органів виконавчої влади та єдина серверна платформа (Датацентр). Інформацією Єдиного веб-порталу користуються понад 500 тис. відвідувачів щомісяця, забезпечується його подальший розвиток. Разом із тим, результати впровадження ІКТ в органах державної влади мають переважно внутрішньовідомчий характер, що не дає змогу істотно поліпшити міжвідомчу взаємодію та якість державних послуг, що надаються громадянам [3].

Але проблема доступу громадян та організацій до мережі Інтернет залишається. Особливо це стосується жителів сільської місцевості, невеликих міст та віддалених районів, де немає сформованої єдиної інфраструктури міжвідомчого обміну даними в електронній формі.

Відомості, наявні в діючих державних інформаційно-аналітичних системах, недоступні іншим органам державної влади для оперативного використання. Використання закритих інформаційних технологій і відсутність єдиних класифікаторів, довідників і схем даних обмежують можливість застосування автоматизованих засобів пошуку та аналітичної обробки інформації. Розвиток електронного урядування потребує побудови складних і гнучких систем, скоординованих організаційно-технологічних заходів і погоджених дій органів державної влади у межах єдиної державної політики. Органи управління повинні змінюватися в процесі управління, удосконалюючи свою структуру та функції. В Системі прийняття рішень відсутні чітко визначені цілі управління, стратегії їхніх цілей.

Тож для того, щоб підвищити ефективність функціонування системи державного управління впровадженням електронного урядування, необхідно здійснити такі основні заходи:

- визначити конкретні цілі та завдання електронного урядування;
- розробити систему показників оцінки стану впровадження електронного урядування;
- забезпечити зворотний зв'язок;
- підвищити координацію діяльності всіх органів державної влади та місцевого самоврядування.

Таким чином, впровадження повноцінного електронного урядування в Україні забезпечить якісно новий рівень управління державою та суспільством загалом, зміцнить довіру до держави та її політики, вдосконалив взаємодію між органами державної влади, бізнесом, громадянами та державними службовцями. Якісно побудована система електронного урядування має позитивно впливати на загальний хід та наслідки подальших радикальних перетворень в українському суспільстві, особливо з тих питань, де велике значення мають методи та форми взаємодії органів державного управління з населенням та бізнесом, громадськими організаціями. Зазначені вище заходи підвищення ефективності функціонування системи державного управління впровадженням електронного урядування, здатні внести істотні корективи у процес електронного урядування.

Список використаних джерел

1. Глобуцький О.П., Шевчук О.Б. Електронний уряд.-К.:ЗАТ «Атлант USM», 2012. - 178с.
2. Клименко І.В., Линьов К.О. Технології електронного урядування. - К.: Центр сприяння інституційному розвитку державної служби, 2011. – 225с.
3. Закон України «Про електронний документ та електронний документообіг» від 22.05.2003 р. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.

Мельник Надія
Студентка 4 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Анахова Ольга Володимирівна

ГУРТКИ ЯКОСТІ ЯК ПЕРШИЙ ЕТАП УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ НА ШЛЯХУ ДО СТАНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Виходячи з того, що кінцевою метою будь-якого підприємства є отримання прибутку, а також, звісно, його примноження, то всі наукові праці у сфері управління завжди матимуть значення для досягнення кінцевої мети діяльності. При цьому, зростання прибутку підприємства – не лише в інтересах його топ-менеджерів, але й в інтересах країни в цілому, оскільки, в основному, саме економічний розвиток визначає рівень життя населення.

Дане питання є особливо болючим для України, яка все ніяк не може зрушити з «мертвої точки», зі статусу країни з перехідною економікою – до розвинутої. Хоча на сьогоднішній день Україна тримає орієнтир на країни Західної Європи, проте варто розуміти, що ще не існує ідеальної універсальної системи управління. Тому необхідно вивчати досвід у сфері управління не лише західноєвропейських країн, а й таких, наприклад, як США та Японія. Зрозуміло, що Україна знаходиться у найбільш скрутному становищі за всі роки її існування, але можна спробувати знайти в цій ситуації не лише бар'єри, але й можливості для розвитку. І виявляється, що саме зараз – час для революційних докорінних змін, оскільки в суспільстві усунута одна з найсуттєвіших перешкод на шляху до впровадження інновацій, до удосконалення – консервативні настрої як персоналу будь-якої організації, так і населення в цілому. Негативне ставлення до нововведень замінилося ентузіазмом з вірою у краще майбутнє.

Вихід з кризового стану, у якому зараз перебуває економіка України можливий лише через якість, бо тільки висока якість продукції зробить її конкурентоспроможною. Необхідно усвідомлювати, що якість – це категорія всеохоплююча, і найкраще зміст даного твердження розкривається в концепції Всеохоплюючого управління якістю (англ. Total Quality Management, TQM).

Основу TQM складає поглиблене розкриття людського чинника та оптимальне використання усіх видів ресурсів. Країни, які вийшли на рівень TQM, мають розвинену економіку та високий життєвий рівень населення.

Для успіху в конкурентній боротьбі мало простого управління, для цього потрібен керівник-лідер, який усвідомлює необхідність змін і розуміє, що з ними пов'язаний певний ризик. Американські вчені та спеціалісти вважають, що система якості може ефективно функціонувати за умови, якщо вище керівництво буде приділяти питанню якості продукції не менш 50 % свого робочого часу.

Традиційна точка зору західних держав на проблему управління кадрами така: компанія – це споживач, а робітник – постачальник своїх послуг. З позицій TQM компанія являється постачальником послуг зовнішнім

споживачам, а робітники – внутрішніми споживачами послуг, які надає компанія [1].

Різниця в цих двох підходах принципова: в TQM робітники компанії розглядаються не просто як робоча сила, а як інтелектуальний капітал, в якому компанія також зацікавлена, як і в зовнішньому споживачі. З цієї точки зору кожний працюючий в компанії являється її клієнтом (внутрішнім споживачем).

Одним з аспектів, що мають місце в TQM є активізація групової діяльності в системі якості. Соціологами встановлено, що групова діяльність значно ефективніша, ніж індивідуальна.

У світовій практиці в рамках систем якості використовуються різні форми групової діяльності, серед яких найбільше поширення отримали групи участі в управлінні якістю і гуртки якості. Слід зазначити, що гуртки якості ні в якій мірі не є універсальним засобом вирішення всіх проблем якості в організації, а є лише одним з перших кроків на шляху до TQM. За Джураном, японська революція у сфері якості лише на 10% обумовлена діяльністю цих гуртків.

Гурток якості – це невелика група працівників фірми (від 6 до 12 осіб), які добровільно зустрічаються на регулярній основі для вирішення проблем, пов'язаних з умовами їх роботи. У більшості випадків начальник підрозділу не є керівником групи. Гуртки якості працюють над проблемами, які безпосередньо позначаються на результатах діяльності працівників фірми.

Для гуртків якості характерні такі основні особливості [2]:

- 1) засідання гуртків проводяться регулярно;
- 2) гуртки засновані на принципі добровільної участі;
- 3) проблеми, які вирішуються в гуртках якості, пов'язані з трудовою діяльністю на даній ділянці;
- 4) проблеми виявляються, досліджуються і вирішуються силами членів гуртка, після чого ними ж проводиться оцінка отриманих результатів;
- 5) гурток якості розпускається після вирішення даної проблеми.

В порівнянні з крупними інноваціями (котрі хоча і дають великі прибутки, але потребують великих інвестицій), невеликі поліпшення – дають кумулятивний ефект, і можуть здійснюватися кожним співробітником у рамках його повсякденних обов'язків у відповідності до власних здібностей. Результати цих покращень хоча і мають скромний масштаб, але носять регулярний і частий характер. Постійний помірний потік пропозицій з поліпшення продукції не вимагає значних витрат. Головним принципом цього підходу є підключення всіх робітників компанії до досягнення високої якості роботи, підвищення її продуктивності, зниження витрат виробництва, створення нових продуктів і забезпечення гарантії їх високої якості, що зокрема зазначається в роботі [3].

Список використаних джерел

1. Заплотинський Б.А. Основи побудови систем менеджменту якості. Навчальний посібник / Заплотинський Б.А., Тупкало В.М. – К., 2014. – 156 с.
2. Харрінгтон Д. Управління якістю в американських корпораціях. - М., 1990. - 272 с.
3. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.

Сільченко Аліна Володимирівна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Анахова Ольга Володимирівна

ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРІТЕТИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ

Розбудова інформаційного суспільства передбачає запровадження електронного врядування, як способу організації виконавчої влади і місцевого самоврядування. При запровадженні та функціонуванні електронного врядування постають питання забезпечення інформаційної безпеки в процесі взаємодії державно-управлінського апарату, бізнесових структур та громадян, держави в цілому.

Методологію підвищення ефективності забезпечення інформаційної безпеки, як складової національної безпеки держави досліджували Ситник Г.П., Богданович В.Ю., Почепцов Г.Г., Степанов О.А. та інші. Однак, на сьогодні немає комплексного дослідження проблем забезпечення інформаційної безпеки, що виникають в процесі розбудови електронного врядування в Україні, та напрямків їх вирішення.

На основі інформаційних технологій прискорюється процес прийняття рішень та їх втілення, вивільняється частина робочого часу; з'являється механізм ефективного консультування громадськості щодо проведення державної політики, окреслюються нові канали надання громадянам інформації та послуг. Дана обставина зумовлює потребу здійснення пошуку шляхів вдосконалення державної інформаційної політики та забезпечення інформаційної безпеки [1].

Система електронного врядування і система інформаційної безпеки є взаємопов'язаними елементами загальної системи державного управління. Зокрема, загальними для них є групи інформаційно-технічних небезпек:

- новий клас соціальних злочинів, що ґрунтуються на використанні сучасних інформаційних технологій (кібертероризм та кіберзлочинність);
- електронний контроль за приватним життям громадян, за діяльністю політичних організацій, бізнесових структур та органів державної влади і місцевого самоврядування;
- використання нових інформаційних технологій з політичною метою;
- вплив інформаційної зброї на психіку та свідомість людей.

Зростання доступу до мереж загального користування окремих категорій протиправно налаштованих категорій громадян; певна вразливість окремих мереж; зростання попиту з боку злочинних елементів на здобування або руйнування інформації, що циркулює в спеціальних мережах зв'язку, системах управління військами та озброєнням, на блокування публічних державних

інформаційних ресурсів в мережі Інтернет, інформаційних ресурсів об'єктів критичної інфраструктури зумовлює необхідність захисту системи електронного врядування та інформаційних ресурсів в ній [2].

Суть інформаційної безпеки функціонування системи електронного врядування полягає у захисті інформаційного простору від небажаного інформаційного впливу, захисті національних, державних та приватних інформаційних ресурсів, забезпеченні безпечного функціонування інформаційних та телекомунікаційних систем, а також у захисті інформації, що циркулює в них. До суб'єктів інформаційної безпеки можна віднести державу, що здійснює свої функції через відповідні органи державної влади шляхом створення системи забезпечення інформаційної безпеки; та громадян, суспільні або інші організації і об'єднання, що володіють повноваженнями із забезпечення інформаційної безпеки відповідно до законодавства. Основні цілі забезпечення інформаційної безпеки визначаються пріоритетами національної безпеки, що відповідають інтересам суспільного розвитку. Такими цілями є [3]:

- забезпечення інформаційного суверенітету України в умовах глобалізації інформаційних відносин і прагнення інших країн до інформаційного домінування;
- формування інформаційного середовища; підтримка необхідної достатності інформаційних ресурсів України; забезпечення захисту інформації фізичних, юридичних осіб та держави від зовнішніх і внутрішніх інформаційних загроз; забезпечення законності і реалізація прав суб'єктів інформаційних відносин у галузі створення і використання національних інформаційних ресурсів.

Таким чином, державна політика у сфері інформаційної безпеки повинна бути спрямованою на накопичення та захист національних інформаційних ресурсів, розробку та впровадження сучасних безпечних інформаційних технологій, побудову захищеної національної інформаційної інфраструктури, формування і розвиток інформаційних відносин, виконання завдань технічного захисту інформації тощо. Вона повинна реалізовуватись шляхом створення і забезпечення ефективного функціонування в Україні комплексної системи інформаційної безпеки, а також вдосконалення існуючої і розробки нової нормативно-правової бази, яка регулює відносини в сфері інформаційної безпеки, встановлює вимоги і правила діяльності у цій сфері.

Враховуючи все вищесказане, відзначимо, що важливим напрямом державної інформаційної політики є забезпечення інформаційної безпеки в системі електронного врядування. Слід відмітити, що процес забезпечення інформаційної безпеки системи електронного врядування потребує наукових інноваційних підходів для вироблення концептуальних положень створення і подальшої модернізації системи захисту інформації, побудови базових теоретичних моделей і програмних механізмів функціонування системи захисту інформації з урахуванням міжнародного досвіду, а також прогнозування результатів і наслідків в процесі її впровадження та експлуатації [4].

Список використаних джерел

1. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. – М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
2. Дубов Д. Інформаційна безпека в умовах впровадження електронного урядування // Вісник книжкової палати. – 2006. – № 7. – С. 34–38.
3. Богданович В.Ю. Інформаційна безпека та шляхи її забезпечення: Навч. посіб.: У 2 ч.: Основні засади забезпечення інформаційної безпеки України. – К.: Вид-во НАДУ, 2005. – Ч.1. – 100 с.
4. Ситник Г.П. Державне управління національною безпекою (теорія і практика): Монографія. - К.: Вид-во НАДУ, 2004. – 408 с.

Стекольников Вадим
Студент 1 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Анахова Ольга Володимирівна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ

Ефективний розвиток національної економіки залежить від масштабів впровадження новітньої техніки та технологій. Підвищення активності інноваційної діяльності підприємств є однією із головних умов стабільності та сталого розвитку економіки. Проте суб'єкти господарювання стикаються з такою серйозною перешкодою як хронічний дефіцит інвестиційних ресурсів. Вивчення світового та вітчизняного досвіду переконливо свідчить, що вирішення проблем інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств полягає, в першу чергу, в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів для збільшення обсягів притоку інвестицій. В ринковому середовищі, яке постійно змінюється, інноваційна діяльність підприємства буде здійснюватися успішно лише за умови збільшення обсягів ресурсів та їх ефективного використання. Така тенденція спостерігається і в галузі телекомунікацій також.

Формування ринкового укладу економіки нерозривно пов'язане із загостренням економічного суперництва між господарюючими суб'єктами. Отже, зростає значення нової продукції. В зв'язку з цим підвищується роль інноваційної діяльності, тобто діяльності зі вкладення коштів у розвиток нових технологій та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Для переважної більшості підприємств (81,9%) основним напрямком інноваційної діяльності було створення і впровадження технологічно нової або значно вдосконаленої продукції, тобто збільшення частки продуктивних інновацій (у тому числі послуг). Тільки близько 40,0% підприємств створювали й впроваджували нові або значно вдосконалені виробничі процеси. Нові засоби механізації й автоматизації виробництва придбало й впровадило кожне

четверте підприємство, нові технології – майже кожне дев'яте. Таким чином, більшу частину в інноваційній діяльності підприємств становлять поліпшуючі та модифікуючі інновації. Вони вдосконалюють вже існуючу науково-технологічну базу і не впливають на створення принципово нових технологічних нововведень.

Використання сучасного потенціалу телекомунікацій в Україні можна охарактеризувати за такими основними показниками:

- основні ресурси мереж фіксованого телефонного зв'язку (понад 50%) морально застаріли;
- мережа ліній проводового та ефірного теле-радіомовлення фізично зношена приблизно на 90%, зношене близько 80% передавального обладнання;
- значна частина персоналу, що працює на старому обладнанні, потребує перепідготовки для роботи в сучасних умовах та на сучасному обладнанні.

Все це не дозволяє впроваджувати нові телекомунікаційні послуги.

Однак, саме застаріла і зношена частка телекомунікаційного потенціалу надає масові та недорогі, але соціально важливі послуги для незаможних верств населення і бюджетних установ. Вагомий резерв нарощування пропускну здатності існує у мережах рухомого (мобільного) зв'язку на новозбудованих волоконно-оптичних лініях зв'язку (міжміських, міжрегіональних та частково внутрішньо-регіональних ділянках). Наявність такого резерву пропускну здатності на міжміських ділянках створює сприятливі умови для швидкого розвитку в Україні мереж мобільного зв'язку, а також мультисервісних мереж наступного покоління.

Все це свідчить про те, що інноваційній діяльності в Україні на даному етапі притаманні такі основні риси:

- дифузія інновацій, тобто поширення вже освоєної раніше інновації в нових умовах або місцях застосування;
- переважання насамперед продуктових інновацій;
- домінування низько-технологічних (як правило, енергоємних й екологічно небездоганних) виробництв.

Сьогодні зниження обсягу інвестицій в сферу телекомунікацій в першу чергу обумовлене зменшенням обсягу інвестицій операторів зв'язку, які практично завершили будівництво мережі зв'язку. Відповідно до цього основним напрямом залучення інвестицій в діяльність оператора телекомунікацій в наступні роки буде не побудова мережі, а покращення якості послуг, модернізація техніко-технологічних процесів та обладнання, застосування прогресивних енергозберігаючих технологій, підвищення рівня організації виробництва та умов організації праці шляхом удосконалення операційно-виробничого планування, систем управління, матеріально-технічного забезпечення господарської діяльності операторів, що має призвести до зменшення накладних витрат у майбутніх періодах.

Макаренко Марія Олександрівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Овсяннікова Н.В., к.е.н., доц.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ ПІДПРИЄМСТВА

В даний час модель управління попитом в системі управління організацією пов'язують з процесами прогнозування і планування, формування та стимулювання попиту.

Попит на послуги підприємства характеризує частку продаж підприємства в загальному ринковому попиті. Дослідники виділяють три базові стратегії управління попитом на рівні підприємства[1]:

Стратегія задовільного рівня. Зусилля управлінського персоналу спрямовується на досягнення рівня попиту, на який готовий погодитись той, що приймає рішення. Мета і завдання визначаються як такі, що досягнуті, реальні, часто виражаються вони в загальнопринятих категоріях (обсяг реалізованого попиту, нормалізація товарних запасів тощо). Як правило, при цьому не ставиться суперечливих завдань (скажімо, як досягти зростання обсягу реалізованого попиту при одночасному зниженні витрат на просування товарів і підвищення якості обслуговування). Стратегія такого типу виключно консервативна відносно перегляду цілей і завдань.

Стратегія оптимальності - управлінський персонал пробує реалізувати мету найкращим чином. Основні риси: використання економіко-математичних методів і моделей як основного методологічного інструменту; вибір цільової функції та обмежень на ресурси; стимулювання виконавців для досягнення найкращих результатів. Означена стратегія призначена для систем динамічних, що розвиваються, на відміну від стратегії першого типу. Розглянута стратегія спостерігається у незначній кількості на великих торговельних підприємствах колективної форми власності Донбасу.

Стратегія постійного коригування управління попитом відповідно до ситуації, що змінюється. На наш погляд, така стратегія управління найперспективніша і ефективна, оскільки основною умовою передбачає гнучкість і еластичність організаційних структур, ресурсів. Що дуже важливо, так як система управління попитом пов'язана з динамічними процесами зміни купівельного попиту і товарної пропозиції. Недолік даної стратегії: у багатьох керівників торговельних підприємств склалось представлення, що потреби і попит як стихія погоди: їх можна прогнозувати, однак впливати на них силами підприємства не можна. Частково такий стереотип пояснюється недостатньою самостійністю підприємств та слабкою зацікавленістю в активізації попиту на свої товари. Підприємства не повністю використовують той арсенал впливу на попит, який дає маркетинг. Маркетинг дозволить цілеспрямовано формувати і регулювати попит на товари, які реалізує підприємство, а не тільки вивчати і враховувати фактори попиту.

Досліджуючи характеристики попиту на послуги поштового зв'язку з'ясовано, що вони характеризуються вторинним попитом та переважно значною ціною еластичність. Еластичний попит властивий зокрема відправленню посилок, по підприємству $E_p = 5,7$. Розрахунок групових (регіональних) коефіцієнтів еластичності має виключне значення, оскільки по регіонах даний показник відрізняється у кілька разів. Фактор чутливості (еластичності) попиту розрахований за послугами письмової кореспонденції та посилок може бути використаний при оцінці можливості його регулювання. Так, якщо для послуги письмової кореспонденції регулювання обмежене внаслідок переважно жорсткого попиту - можливе врахування цієї ознаки під час розрахунку додаткового доходу, що його одержить підприємства за умов підвищення тарифів на письмову кореспонденцію. Щодо відправлень посилок, то тут можливості диференціації ціни для різних груп споживачів значно ширші в наслідок еластичного попиту. Даний аспект варто враховувати підприємству для стимулювання попиту на власні послуги шляхом зниження тарифів на конкурентних регіональних ринках.

Список використаних джерел

1. Семеновская Р. Г. Совершенствование управления спросом на страховые услуги. – СПб., 2010. – 199с.
2. Цопа Н.В. Построение нейросетевой прогнозирующей модели спроса на продукцию промышленного предприятия. - <http://book.net/index.php?p=chapter&bid=2422&chapter=1>
3. Петрачкова Е.Л. Рефлексивное управление механизмами формирования спроса на продукцию промышленных предприятий. - http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2979/st_35_22.pdf?sequence=1
4. Егорова Н.Е. Система моделей прогнозирования спроса на продукцию сферы услуг/ Егорова Н.Е. , Мудунов А.С., // Аудит и финансовый анализ 2001'3 . - <http://www.auditfin.com/fin/2001/3/regorova/regorova.asp>

Деруга Наталія Вадимівна
студентка 6 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Овсяннікова Н.В., к.е.н., доц.

ЗАСОБИ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз досвіду застосування систем автоматизації маркетингових функцій дозволяє виділити функції, в яких використання інформаційних технологій дає найбільший синергетичний ефект з точки зору управління маркетингом. На нашу думку, до них належать дослідження ринку та

маркетингові комунікації. Враховуючи основні вигоди (цілі), які забезпечують підприємству названі функції на основі використання автоматизації та Інтернет-технологій, вважаємо можливим виділити дві найбільш актуальні стратегії Інтернет-маркетингу, зокрема й для поштового підприємства: диференційований маркетинг (з орієнтацією на цільовий сегмент) і персональний маркетинг (комунікації під запит конкретного клієнта). Охарактеризуємо цілі й інструменти кожного підходу більш детально.

Диференційований маркетинг - спрямований на мінімізацію маркетингових витрат, масштабуючи типові алгоритми управління комунікаціями зі споживачами за допомогою їх автоматизації.

Так наприклад, абонентську базу підприємства Укрпошта складають клієнти з B2C і B2B сфер, отже, пропоновані послуги призначаються для різних цільових груп. Різноманіття цільових груп ускладнює завдання маркетингу, сутність якого полягає в своєчасному наданні релевантної для споживача інформації (контенту).

Інструментами реалізації даного підходу на основі інтернет-технологій є наступні:

- Для підвищення якості обслуговування застосовують інструмент створення тематичних розсилок для різних цільових груп. (На основі розроблених списків, відвідувачі Інтернет-ресурсу самі вирішують, який контент вони бажають отримувати в розсилці Технічна задача автоматизації полягає у заміні індивідуального складання повідомлень автоматизованої розсилкою);

- Інтеграція дослідницьких інструментів (інтернет-кампаній та опитувань) з клієнтською базою забезпечує швидку передачу і зручне використання клієнтських даних (дані про нових клієнтів автоматичні передаються з бази даних клієнтів в базу інтернет-розсилок, що систематизує задачу комунікацій і економить ресурси організації).

Для реалізації диференційованого маркетингу алгоритм створення автоматизованих тематичних розсилок передбачає такі дії. Грунтуючись на персональних даних кожного абонента (відвідувача сайту) процес запускається з передачею його абонентських даних для подальшої автоматизації комунікацій. Алгоритм включає:

- по-перше, створення авто відповідей;
- по-друге, відбір інформації з баз даних;
- по-третє, побудову зв'язків (комунікації) між клієнтом і постачальником.

Персоналізація маркетингу як стратегія - спрямована на створення лояльного споживача, забезпечуючи повне задоволення потреб через залучення споживача в процес комунікації, створення цікавого для споживача контенту, вибір особисто споживачем часу і форм спілкування (онлайн-консультація, зворотній телефоний дзвінок, електронна пошта), залучення споживача до створення цінності (формування параметрів) послуги, що йому надається (рис.1).

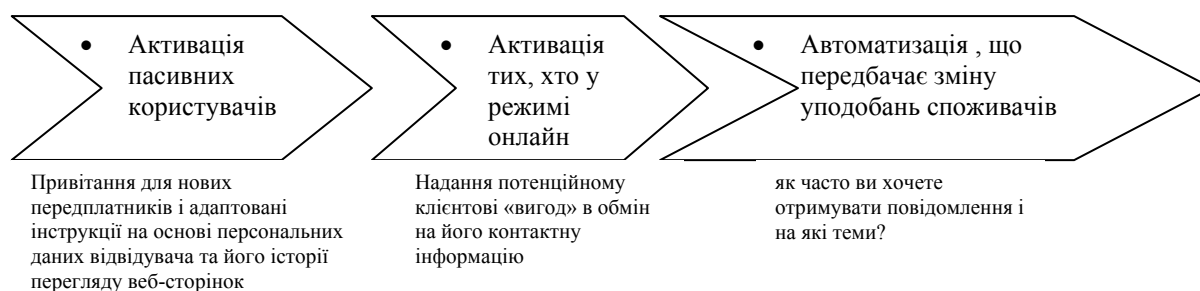


Рис. 1. Технологія персоналізація спілкування з потенційними споживачами

До інструментів персоналізації можна віднести:

- Рішення для персональної рекомендації продуктів

- Email ремаркетинг. Формат email маркетингу, націлений на повторне залучення відвідувачів або клієнтів на веб-ресурс. Як правило, це передбачає відправку email повідомлення після того, як користувач перервав процес здійснення покупки, наприклад, залишивши корзину. Завдання ремаркетингу полягає у тому, щоб в тому, щоб нагадати або підштовхнути користувача повернутися і завершити процес покупки.

- Поведінковий таргетинг. Передбачає реалізацію цілого ряду технологій і методів, які дозволяють підвищити ефективність кампаній, за рахунок використання даних про відвідувачів веб-сайту і посадочних сторінок, які є інструментом стимулювання покупця до певної дії (підштовхують споживача до здійснення замовлення, купівлі товару тощо).

- Інструменти маркетингової автоматизації. Подібні інструменти забезпечують різного роду інтеграції з корпоративними CRM системами, касовими терміналами, соціальними мережами і т.д. За рахунок інтеграції вся інформація, що знаходиться або надходить в систему, автоматично передається в іншу систему, що значно спрощує завдання використання наявних даних про клієнтів.

Узагальнюючи вище сказане варто відзначити, що незалежно від обраного стратегічного підходу до використання інформаційних технологій в маркетинговій діяльності проект автоматизації маркетингу на підприємстві буде передбачати: - виділення маркетингових процесів, які вимагають автоматизації; - оцінку значимості виділених маркетингових процесів з точки зору ефективного управління маркетингом; - визначення послідовності автоматизації маркетингових процесів; - моніторинг потреби в автоматизації маркетингу на постійні основі.

Список використаних джерел

1. Ковальков В. П. Эффективные технологии в маркетинге. — Спб.: Экономическое образование, 2008. – 253с.

2. Liana Technologies: Что значит автоматизация в agile-маркетинге? - <http://www.cossa.ru/articles/155/89946/>

3. Результаты опроса на предмет использования email маркетинга компаниями/ - <http://www.lianatech.ru/>

Гетьман Катерина Миколаївна
студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

СТРУКТУРНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Еволюція сучасного суспільства, що супроводжується корінними соціальними перетвореннями в світі і в нашій країні, рухається у напрямі того типу соціуму, який достатньо точно характеризується поняттям «інформаційне суспільство». Йдеться про становлення глобальної інформаційної індустрії, підвищення ролі знань і інформації в економічному і соціокультурному розвитку, появу нових форм демократії, структурні зрушення в зайнятості і в інших сферах життєдіяльності суспільства.

У наші дні формуються абсолютно нові відносини в економічному, соціальному і духовному житті людей, які описуються поняттям «інформаційне суспільство». Як справедливо відзначає В.Л.Іноземцев, «на початок 60-х років сформувались найважливіші методологічні основи, що дозволяють розглядати становлення нового соціального стану з позицій відходу від традиційного індустріалізму і розвитку «економіки послуг», пов'язаного з підвищенням ролі технологічного фактора, науки й освіти, розширенням впливу нового класу кваліфікованих професійних менеджерів і технократів і якісною зміною місця теоретичного знання і інформації в суспільному виробництві» [1, С.34].

Початок третього тисячоліття застав людство в стані якісної трансформації, у момент переходу до нового етапу розвитку суспільства. Учені по-різному називають суспільний лад, у який стрімко втягується людство: постіндустріальне, постеконічне, інформаційне суспільство чи суспільство знань. Кожна з назв відбиває певні риси прийдешнього суспільства. Зокрема, постіндустріальне тому що дане суспільство приходить за індустріальним ладом, яке базується на системі великомасштабного машинного виробництва. Постеконічне – тому що воно може втратити звичні атрибути економічних відносин (приватна власність; праця, заснована на добровільних економічних угодах; ринковий обмін та ін.), на яких будується нинішнє індустріальне суспільство.

Однак, як би не називався даний етап розвитку суспільства, практично всі дослідники сходяться в одному – основним фактором, що визначає розвиток сучасної економіки, є її інформатизація. Провідну роль у новому суспільстві відіграє інформація – і як базовий фактор продуктивного процесу, і як ключовий компонент процесів, що відбуваються у суспільстві.

Класики постіндустріалізму цілком адекватно визначили роль інформації, знань і технологій у сучасному суспільстві і переконливо довели, що інформаційний сектор економіки буде мати тенденцію до глобалізації і до зростання. Так, М.Кастельс пише, що в останні два десятиліття у світі з'явилася

економіка нового типу, яку він називає інформаційною і глобальною. «Інформаційна – тому що продуктивність і конкурентоздатність факторів чи агентів у цій економіці (буде то фірма, регіон чи нація) залежать у першу чергу від їхньої здатності генерувати, обробляти й ефективно використовувати інформацію, засновану на знаннях. Глобальна – тому що основні види економічної діяльності, такі як виробництво, споживання і циркуляція товарів і послуг, а також їх складові (капітал, праця, сировина, керування, інформація, технологія, ринки), організуються в глобальному масштабі безпосередньо або з використанням розгалуженої мережі, що пов'язує економічних агентів. І нарешті, інформаційна і глобальна – тому що в нових історичних умовах досягнення певного рівня продуктивності й існування конкуренції можливо лише усередині глобальної взаємозалежної мережі» [2, С.51].

Значення цього фактора полягає в тому, що людська діяльність здебільшого базується на знаннях і інформації, кодифікованих у різного роду інформаційних технологіях. «Інтелектуалізація» і глобалізація економічного життя вимагає відповідних змін у соціальній організації суспільства, у сфері освіти, у способах виробництва. Знання, зафіксовані в технологіях і глобалізаційних комп'ютерних системах стають об'єктивним фактором економічного розвитку.

Звичайно, інформацію накопичували і цінували завжди. Новим виявляється стрімке зростання економічного значення інформаційних ресурсів, що спостерігається за останні десятиліття в промислово розвинутих країнах. В інформаційному суспільстві виробничий базис складають інформаційні засоби виробництва, основним продуктом споживання (отже, і виробництва) є інформаційні товари і послуги, а ключовим фактором структуризації суспільства є інформація .

Інформація і знання, що розуміються не як субстанція, втілена у виробничих процесах чи засобах виробництва, а вже як безпосередня виробнича сила, стають найважливішим фактором сучасного господарства, базовим фактором суспільного виробництва.

Д. Белл пише: «Якщо індустріальне суспільство засноване на машинній технології, то постіндустріальне суспільство формується під впливом технології інтелектуальної. І якщо капітал і праця – головні структурні елементи індустріального соціуму, то інформація і знання – основа суспільства постіндустріального» [3, С.65].

Сучасна інформаційна індустрія поєднує широкий перелік компаній і фірм, зайнятих виробництвом, перетворенням, передачею інформації, поданої у вигляді даних, текстів, графіки, відеозображень, звуків. У неї можна включити підприємства засобів масової інформації, що створюють зміст розважальних програм, ділову й освітню інформацію (теле- і кіностудії, видавничі дома, інформаційні агентства), а також компанії, що поширюють цей зміст (кабельні і телефонні компанії, телемережі), комп'ютерні фірми – розробники комп'ютерного програмного забезпечення і творці інформаційних комп'ютерних систем. Таким чином, у сучасному інформаційному суспільстві можна виокремити три галузі інформаційної індустрії: виробництво

інформаційного і комунікаційного устаткування, зв'язок і виробництво змісту (інформації).

Список використаних джерел

1. Дворецька Г.В. Соціологія. – К.:КНЕУ, 2002. – 472 с.
2. Кастельс М., Хіманен П. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель. – Київ: Ваклер, 2006. – 114 с.
3. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. – М., 2008. – 560 с.

Кройтор Єлізавета Сергіївна
студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

УКРАЇНА НА ШЛЯХУ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Концепція і термінологія «інформаційного суспільства» набули значного поширення в Україні у зв'язку зі становленням і розвитком новітньої фази постіндустріального суспільства.

Концепція «інформаційного суспільства» і до сьогодні не отримала глибокого осмислення і адаптації під українські реалії, а поняття «інформаційне суспільство» у більшості випадків використовується як яскравий синонім термінів «постіндустріальне суспільство» та «інформаційно-комунікаційні технології», проте, з деякими протиріччями та неясностями у застосуванні.

Показовою в цьому відношенні є доповідь науковців Національного інституту стратегічних досліджень, в якій «інформаційне суспільство» трактується просто як «феномен» (явище) без критичного його осмислення, а термін «інформаційне суспільство» використовується синонімічно з термінами «інформаційні технології», «галузь інформаційних технологій» та «інформатизація». Автори доповіді об'єктивно визнають, що «для України, яка все ще перебуває в стані цивілізаційної невизначеності, інформаційне суспільство, на жаль, багато в чому залишається радше популярним гаслом із лексики європейських декларацій, ніж реальною практикою» [1, с. 4].

Вперше орієнтацію України на створення «інформаційного суспільства» було офіційно зафіксовано в Стратегії інтеграції України до ЄС (розділ 13), ухваленою в 1998 році. Варто відзначити, що одночасно було прийнято два Закони України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» та «Про Національну програму інформатизації», якими визначались принципи і програма дій інформатизації України, а не побудови в ній «інформаційного суспільства». Таке протиріччя у концептуальних основах між різними групами фахівців і політиків на найвищому рівні прийняття політичних рішень в Україні

свідчить про некритичність сприйняття іноземних новацій. Воно сильно зашкодило практиці інформаційно-комунікаційного розвитку України [2, 4; 3].

Популярність вживання термінології «інформаційного суспільства» знову зросла в Україні напочатку 2000-х років, в ході підготовчих робіт до участі делегації України в першому і другому зібранні Всесвітнього Саміту з питань інформаційного суспільства, а також в ході спроб реалізації Рішень цього саміту після 2005 року [4, с.34].

Відповідно до перших Рішень саміту (Женевський план дій, 2003 рік), Україна мала б розробити Національну стратегію розвитку «інформаційного суспільства» та приступити до її реалізації. Однак тільки в 2005 році в Україні були проведені Парламентські слухання з цього питання і за їх результатами на початку 2007 року був прийнятий Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007 – 2015 роки». В серпні 2007 року був прийнятий План заходів з виконання завдань цього закону (Розпорядження КМУ від 15.08.2007 № 653-р). Стратегія розвитку «інформаційного суспільства» в Україні лишилася невизначеною. Більше того, продовжують бути чинними зазначені вище закони про інформатизацію України [5, 3].

Практика реалізації політичних рішень щодо побудови «інформаційного суспільства» та інформатизації України також є суперечливою, ситуативною та неефективною, про що об'єктивно свідчать матеріали доповіді. Хоча й виконано значний перелік заходів намічених програм і планів, однак вони лишаються фрагментарними, а чинна нормативно-правова база інформаційно-комунікаційної сфери України залишається неповною, неефективною і суперечливою. Для покращення стану справ, на думку авторів доповіді, необхідно розробити і ввести в дію три системні документи: «Інформаційний кодекс України», «Стратегія розбудови інформаційного суспільства» та «Національна система індикаторів розвитку інформаційного суспільства». Автори доповіді вважають, що саме ці документи допоможуть усунути фактичну невідповідність між змістом терміна «інформаційне суспільство» та практичними справами, які більше спрямовані на розв'язання технологічних, а не соціальних питань.

Загальний висновок авторів доповіді щодо розбудови «інформаційного суспільства» в Україні є позитивним — в країні стрімко формується масова інтернет-аудиторія та специфічне мережне соціокультурне середовище, що за своїми параметрами буде подібним до таких у розвинених країнах. Триває диверсифікація аудиторії, формуються нові моделі інформаційного споживання, соціальної та політичної активності тощо.

Водночас спостерігається і ряд негативних явищ і процесів, що гальмують розвиток «інформаційного суспільства» в Україні, такі як: низькі темпи розвитку (нижчі середньосвітових) і, відповідно, низькі рейтинги України у міжнародних порівняннях; відсутність системної, багаторівневої, нормативно підкріпленої, базованої на певній ідеології та стратегії державної політики в інформаційно-комунікаційній сфері; значний дисбаланс аудиторії Інтернету за регіональними, віковими та майновими ознаками; низький розвиток швидкісних мереж доступу до Інтернету; дефіцит кваліфікованих

кадрів, внаслідок відтоку талановитої молоді у комерційні структури та у тіньовий, орієнтований на експорт бізнес розробки програмного забезпечення. Крім того, населення лишається незахищеним від інформаційних впливів, а суспільство в цілому – від інформаційних загроз. Так, відповідно до положень ст. 7 Закону України «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 № 964-IV, у якості загроз національній безпеці держави в інформаційній сфері визначені: – прояви обмеження свободи слова та доступу громадян до інформації; – поширення засобами масової інформації культу насильства, жорстокості, порнографії; – комп'ютерна злочинність та комп'ютерний тероризм; – розголошення інформації, яка становить державну та іншу, передбачену законом, таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави або спрямована на забезпечення потреб та національних інтересів суспільства і держави; – намагання маніпулювати суспільною свідомістю, зокрема, шляхом поширення недостовірної, неповної або упередженої інформації. Лише незначний перелік таких суспільно небезпечних посягань криміналізовано: основну увагу законодавця було повернуто до удосконалення положень Розділ XVI Особливої частини Кримінального кодексу України 2001 р. в частині необхідності убезпечення інформації в автоматизованих системах та телекомунікаційних мережах.

Україні належить виконати значний обсяг роботи з осмислення і адаптації концепції «інформаційного суспільства» в українських реаліях, розроблення та реалізації Національної стратегії сучасного інформаційно-комунікаційного розвитку. Прикладом для такої роботи є досвід Фінляндії, висвітлений у книзі за співавторством одного із класиків «інформаційного суспільства» – Мануеля Кастельса, дбайливо перекладеній на українську мову.

Список використаних джерел

1. Дубов Д.В., Ожеван О.А., Гнатюк С.Л. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: аналітична доповідь. - Київ, 2010. - http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dubov_infsus-31058.pdf.
2. Закон України «Про Національну програму інформатизації» прийнятий 4 лютого 1998 року N 74/98-ВР. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>.
3. Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» прийнятий 4 лютого 1998 року N 75/98-ВР. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>
4. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства [Електронний документ]. – Режим доступу:<http://www.ifap.ru/library/book193.pdf>.
5. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007-2015 роки» прийнятий 15 серпня 2007 року №653. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>

Новицька Анастасія Андріївна
студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ В СУСПІЛЬНОМУ ЖИТТІ

Інформаційний вибух, що стався у середині ХХ століття, значно збільшив обсяги сучасної інформації, необхідної для ефективного функціонування людини за нових умов. Сьогодні зростають потенціальні можливості людини, а розвиток технічних сил починає перетворюватись на загальну потребу особистості у суспільних відносинах.

Загальний характер цієї потреби обумовлює засоби інформаційного задоволення, що визначає інтерес людини до потреб в інформації, яка набуває основного значення у суспільному розвитку та визначає загальний характер суспільного життя.

Інформація є важливим джерелом культурного розвитку людини у сучасному світі. Вона стає сьогодні реальним соціальним ресурсом, оскільки здатна допомогти людині адаптуватись у життєвих умовах, пристосуватись до постійних змін, виробити нові типи поведінки, що відповідають новим критеріям суспільства. Більше того, інформація на сьогоднішній день визначається як провідна риса цивілізації та отримує статус домінуючої.

Перетворення індустріального суспільства на інформаційне означає перевагу духовного над матеріальним, перехід людства на новий рівень знань і полегшення спілкування між собою.

Інформаційний обмін, що відбувається у суспільстві, базується на колективному підсвідомому рівні, існування якого пов'язано з формуванням досвіду людини в сприйнятті інформації.

Забезпечення функціонування соціуму базується на обміні інформацією, механізм оволодіння якою стає відображенням інформаційних процесів, що здійснюються у структурі людського життя.

Перехід до інформаційного суспільства в соціально-культурному плані є настільки важливим, що заради цієї мети міжнародна спільнота об'єднується, приймає декларативні документи й активно займається вивченням найкращих можливостей інтеграції менш розвинених країн у зазначені процеси. Інформація у різних її формах набуває все більш важливого значення, стає потужним ресурсом, товаром, що стоїть на «вітринах» поряд з іншими матеріальними благами. Саме суспільство у зв'язку із вищезазначеним кардинально змінюється, стає більш інформаційним. Вчені та дослідники намагаються застосовувати такий термін як «інформаційне суспільство», хоча поняття йому дати вкрай складно.

Інформаційне суспільство – суспільство, яке створюється внаслідок нової індустріальної революції на базі інформаційних і телекомунікаційних

технологій та на базі інформації, яка є показником знання людей. Завдяки технологічному прогресу в такому суспільстві накопичення, отримання і обмін інформацією в будь якій її формі – звуковій, письмовій або візуальній – це необмежені за відстанню, часом і обсягами процеси. Інформаційна революція додає великих можливостей людському інтелекту і створює ресурси, що змінюють спосіб суспільної праці і суспільного життя.

Інформатизація не залишила осторонь жодної сфери соціальної активності: від повсякденного життя до міжнародних відносин, від сфери дозвілля до виробничих стосунків. Так, наприклад, вчені вважають, що у зв'язку із збільшенням виробництва комп'ютерів і розширенням мережі Інтернет світ починає «хитатись» під потоком інформації [1, С.34]. Згідно з результатами досліджень, проведених Каліфорнійським університетом, більше 90% інформації зберігається в цифровій формі в комп'ютерах, таким чином займаючи менше місця, ніж на папері, у фільмах і відеозаписах. В цілому, у мережі Інтернет зібрано близько 550 мільярдів документів, і щодня створюється ще 7,3 мільйони нових сторінок. За словами вчених університету, кожний житель в будь-якій точці земної кулі може мати доступ до інформації в мережі Інтернет, і абсолютно є очевидним ризик «потонути в цьому океані інформації», тому необхідно «навчитись у ньому плавати» [2, С.179].

Список використаних джерел

1.Савінова Н. А. Кримінально-правове забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні: теоретичні та практичні аспекти: монографія / Н. А. Савінова. – К.: ДКС, 2012. – 342 с.

2.Савінова Н. А. Правове забезпечення соціальної політики України в умовах розвитку інформаційного суспільства: монографія / Н. А. Савінова, А. О. Ярошенко, Л. А. Литва. – К.: НПУ ім. М.П.Драгоманова, 2012. – 269 с.

Семенченко Ярослав
Олександрович
Студент 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м.Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Новим підходом до організації соціальної роботи і системи надання соціальних послуг є соціальні технології і технології соціальної роботи. У практиці соціальної роботи необхідно розрізняти поняття «соціальні технології» і «технології соціальної роботи» як відношення цілого і частини. У

науковій літературі немає одностайного визначення цих понять, що спричинює певні термінологічні труднощі. Термін «технологія» походить від двох давньогрецьких слів: «техно–мистецтво», майстерність і «логос – наука», знання, закон. У словниках і енциклопедіях технологія визначається як: сукупність знань про способи обробки матеріалів і виробів та методи здійснення будь-яких дій; сукупність операцій, що здійснюються певним чином і у визначеній послідовності, з яких складається процес обробки матеріалу чи виробу. Технологія щодо соціальних процесів і явищ – це сукупність, система засобів організації та впорядкування доцільної практичної діяльності відповідно до мети, специфіки і навіть логіки процесу перетворення і трансформації того чи іншого об'єкта. Створення і використання технологій дає визначену гарантію оптимізації, раціоналізації, передбачуваності і змодельованості процесу діяльності, гарантію одержання заданих властивостей та якостей, заради яких сама технологія в цьому випадку і застосовується. Соціальні технології – це специфічний соціальний інститут інновацій і соціальної творчості, організації і самоорганізації різних видів соціальної діяльності і соціальної взаємодії, прогнозування і діагностики параметрів соціальних процесів [1, С.74].

Виділяють такі ознаки соціальних технологій: засоби практичного і прагматичного досягнення поставлених цілей, які є системою імперативів, що упорядковують практичну діяльність (вимог, команд, алгоритмів), характеристика діяльності людей у реалізації поставлених ними цілей, що здійснюються в конкретних соціальних умовах, за посередництвом специфічних соціальних інститутів і соціальних організацій; характеристика операційного соціального мислення і самопізнання, що відображає соціальну рефлексію, пов'язану з практичним осмисленням технологічних законів. Соціальні технології тісно пов'язані з етикою соціальної роботи, етичними принципами соціального захисту і підтримки.

Список використаних джерел

1. Симонова О.А. История социологии XX века: Учебное пособие. – М.: Логос, 2008. – 203 с.

Побережець Світлана
Русланівна
Студентка 3 курсу групи СТД-31
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ЯК НАУКИ І ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Соціальний розвиток у ХХІ ст. супроводжується в більшості країн світу нагромадженням гострих проблем життєдіяльності людей і пошуками шляхів і можливостей їх розв'язання. Спроби реформувати українське суспільство, що в цей історичний період здійснюються непослідовно, такими методами, які

спричинюють руйнування соціальних відносин. Це призводить до ускладнення умов людського буття в усіх сферах суспільства, загострення проблем існування та гідного самоутвердження особистості. За таких умов потрібно як теоретично, концептуально осмислити нові суспільні реалії, так й ініціювати технологічні, методичні розробки для адекватної соціальної політики.

У відповідь на актуальні суспільні запити в Україні розгортається соціальна робота – самостійна наука, навчальна дисципліна і напрям професійної діяльності. На етапі становлення для кожної теорії і пов'язаної з нею практичної сфери принципове значення має розробка її методологічних засад, з'ясування зв'язків зі спорідненими галузями наукового знання, визначення власного об'єкта, предметних аспектів, змісту й методики. У процесі інституціоналізації важливу роль відіграють формування, уніфікація і правильне вживання категоріально – понятійного апарату, що виражає суттєві властивості й специфіку соціальної роботи і є «східцями» в пошуках систематизації та застосуванні втілюваних нею знань, умінь, досвіду.

Сутність найзагальнішого поняття «соціальне» – висвітлено в літературі. Більшість авторів вживає цей термін для позначення сукупності тих чи тих властивостей і особливостей безпосередніх відносин суспільства, інтегрованих у їхній спільній взаємодії в конкретному просторово – часовому середовищі. Ця сукупність проявляється у взаємовідносинах людей (соціальних груп) і виникає тоді, коли поведінка навіть одного індивіда опиняється під впливом іншого (групи) [1, С.89].

З базовим терміном «соціальне» органічно пов'язані похідні від нього: сфера, простір, структури, держава, політика, процеси, проблеми, зв'язки, дії, інститути, організації та ін., зміст яких розкриває соціологія. Вдалу, на наш погляд, спробу обґрунтувати основні з них зробив київський соціолог В.Жмир [2, С.77]. Так, соціальною вважається держава, що «послідовно проводить політику, спрямовану на захист прав людини» [1, С.74]. У такому розумінні з 50-х років термін "соціальна держава" увійшов у політичний обіг на Заході, такий самий його зміст і у ст. 1 Конституції України.

Соціальна політика – це один із головних напрямів внутрішньої політики держави, що має забезпечити відтворення тих соціальних ресурсів, із яких вона дістає собі підтримку, створює передумови для розширеного відтворення своєї діяльності та стабільності соціальної системи [3, С.58]. Таке тлумачення цієї категорії не є вичерпним. І ось чому. Окрім держави, соціальну політику в громадянському суспільстві здійснюють й інші його інституції (церква, партії, асоціації, благодійні фонди тощо); вона реалізується як у масштабах країни загалом, так і на регіональному рівні місцевими органами самоврядування. Тому коло її суб'єктів досить широке, а зміст і спрямованість складніші. Соціальна політика не повинна бути засобом збереження і функціонування держави, навпаки, держава покликана служити якомога повнішому задоволенню потреб членів суспільства.

Ефективним механізмом реалізації соціальної політики зарекомендувала себе соціальна робота. Цей прийнятий в усьому світі вислів виражає гуманне ставлення однієї людини до іншої. Наприкінці XIX ст. так почали називати професію, що своїм головним змістом має полегшення невдалого пристосування індивіда (соціальної групи) до суспільства, інтенсивна індустріалізація якого супроводжувалась зростанням міст, посиленням соціальної диференціації і пауперизації населення, поширенням безробіття, злочинності тощо. Загострення соціальних проблем як потенційна загроза

стабільності та порядку буржуазного ладу стимулювали емпіричне вивчення соціальних аутсайдерів, проведення реформ, пошук ефективних методів соціальної роботи, її методологічного обґрунтування і кадрового забезпечення. Нині соціальна робота стала професійно зрілою, могутньою науковою і практичною індустрією, якою займаються мільйони людей в усьому світі.

У вітчизняному суспільствознавстві прийнято умовно вирізняти в соціальній роботі теоретичний і практичний рівні. Одним із перших в Україні на початку 90-х років спробував методологічно обґрунтувати соціальну роботу донецький дослідник В. Сидоров, визначивши соціальну роботу як «професійну роботу з надання допомоги особі, сім'ї, різним віковим і соціальним групам (клієнтам) у розв'язанні їхніх психолого-педагогічних, медичних, правових, економічних та інших проблем»; вона реалізується у взаємодії клієнта та спеціалістів «з метою поліпшення чи відновлення здатності перших до життєдіяльності» [1, С.74].

У цьому визначенні чітко відбито сутність і специфіку соціальної роботи як галузі суспільної практики. Для її теоретичного обґрунтування в умовах суспільства перехідного типу багато зробили вчені – соціологи.

Дослідник А.Кравченко під соціальною роботою розуміє спеціальну професійну галузь, що є сферою практичного застосування соціологічних і психологічних принципів до розв'язання проблем, які визначають суспільне чи індивідуальне неблагополуччя [1, С.76]. Аналогічного погляду дотримується дослідник В.Жмир. Він визначає соціальну роботу як теорію і практику соціальної політики правової, соціальної, демократичної держави та громадянського суспільства, що спрямована «на окремі соціально не повновартісні групи та на окремих індивідів із метою соціальної адаптації їх до існування в пересічних (середньостатистичних) умовах конкретного суспільства» [1, С.77].

Багатство моделей теоретичного обґрунтування соціальної роботи, як слушно зазначає професор С.Григор'єв, відбивають не лише результати наукових пошуків дослідників різних напрямів, а й суспільну еволюцію, зміни в змісті й формах цієї роботи [2, С.10-14]. Осмислення цих моделей переконує нас у доцільності такого визначення. Тому подальші пошуки в цьому напрямі заслуговують на підтримку і поглиблення.

Процес становлення в Україні соціальної роботи як науки, без сумніву, поглиблюватиметься під впливом суспільних запитів і власного розвитку. Вже нині її розуміють не тільки як традиційну благодійність чи діяльність державної системи закладів соціального забезпечення, а і як різноманітну суспільну практику. А оскільки проблеми соціального буття на початку ХХІ ст. у світі загострюються, соціальні зв'язки збагачуються, потреби та запити людей зростають, збільшуватиметься і кількість та можливості недостатнього адаптування значної їх частини до нових умов, статусів, ролей, ускладнюватиметься процес соціалізації загалом. А отже, підвищуватимуться вимоги до соціальної роботи, її історії, методології, методів, технологій.

Досвід останнього десятиліття переконує, що соціальна робота дедалі більше інтегрує сукупні наукові знання, здатні забезпечити аналіз і оптимізацію життєвих сил людини, реабілітацію в кризових умовах. Як наука про підтримання й реалізацію творчих можливостей особи теорія соціальної роботи, не розриваючи зв'язків із соціологією, щодалі більшою мірою диференціюватиметься, внутрішньо структуруватиметься. Уже сьогодні в соціальній роботі розрізняють три рівні: теоретико – методологічні проблеми та

концептуальні засади; спеціальні теорії, що становлять наукові основи для надання соціальної допомоги, сприяння різним категоріям населення (галузеві, або теорії соціальної роботи середнього рівня); техніко-технологічні, емпіричні знання, які висвітлюють проблеми соціального проектування оптимальних форм організації соціальної роботи, технології здійснення різних її видів.

Дедалі більше фахівців усвідомлюють необхідність спеціального вивчення факторів і умов виникнення та розвитку соціальної роботи як суспільного явища та потенційного соціального інституту.

Список використаних джерел

1. Введення у соціальну роботу: Навч. посібник / Семигіна Т.В., Грига І.М., Шевчук О.С. та ін. – К.: Фенікс, 2001. – 411 с.
2. Социальная работа: Пособие для студентов вузов / под ред. В.И. Курбатова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 575 с.
3. Соціальна робота в Україні: перші кроки / під ред. В.І. Полтавця. – К: КМ Академія, 2000. – 256 с.

Слободяник Людмила
Вікторівна
студентка 3 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Соціальні технології в широкому сенсі слова – це особлива галузь наукового знання, яка ставить і обґрунтовує питання про те, яким чином і в якій послідовності можливі специфічні операції з результатами пізнавальної діяльності.

У вузькому сенсі слова поняття «соціальні технології» має два значення.

По-перше, соціальні технології – це процес цілеспрямованого впливу на соціальний об'єкт, обумовлений необхідністю і потребою отримання заданого результату. У цьому плані технологічність впливу наповнена такими поняттями, як етапність, процедурність, операціональність. Виходячи з такого бачення, соціальні технології можна охарактеризувати як певну прагматику, що вибудовується в один ряд: мета, засіб, результат. Координація та субординація мети, засобів, результатів припускають варіативність і облік безлічі факторів, моделювання та проектування, систему критеріїв і оцінок, змістовні версії і сценарії, методи діагностики.

По-друге, соціальні технології – це теорія, що досліджує процеси цілеспрямованого впливу на соціальні об'єкти, розробляє й обґрунтовує ефективні способи і прийоми такого впливу. При цьому не має значення, що розуміється під соціальним об'єктом: це можуть бути соціальні відносини,

соціальна взаємодія, соціальна група, соціальний інститут, соціальна організація.

Характер впливу, його технологічність визначаються тією системою операцій цілеспрямованого впливу, яка ґрунтується на соціальному та соціологічному знанні об'єкта – це перший рівень технологічного впливу.

Другий рівень технологічного впливу зумовлюється тим, що даний соціальний об'єкт перебуває в нерозривному зв'язку з іншими соціальними об'єктами, більше того – є частиною соціальної системи, органічно інтегрований в соціальне ціле. І будь-яка зміна цього соціального об'єкта з неминучістю тягне за собою ланцюжок змін інших об'єктів. У подібному соціальному сценарії соціальна технологія повинна враховувати всі можливі зміни.

Сьогодні можна сформулювати дві основні точки зору на сутність соціальних технологій.

Перша точка зору (Дж. Томас) полягає в тому, що соціальні технології мають сенс, тільки якщо вводять соціальні інновації у різні напрямки соціальної практики. У число інновацій, згідно даній точці зору, входять соціальні дослідження, розробка дослідницьких програм, вироблення моделей, соціальний експеримент, створення нових методик, технології вироблення критеріїв оцінки ефективності. Інновації включають в себе спеціальні засоби, що дозволяють зробити їх реальністю. Реалізація соціальної технології – це: аналіз соціальної реальності, соціального об'єкта; розробка соціальної технології зміни об'єкта; поширення (впровадження) соціальної технології; дослідження розвитку об'єкта технологічного впливу; оцінка отриманих результатів у ході впливу.

Необхідність застосування соціальних технологій зумовлена тим, що практичній дії завжди передують будь-яка модель, макет, проект цієї дії, тобто можливий варіант його реалізації. Соціальна технологія раціоналізує послідовність можливих практичних дій, упорядковує їх. Суть соціальної технології – не в тому, що робити, а в тому, в якій послідовності. Нарешті, згідно з цією точкою зору, суть соціальних технологій полягає також у тому, що потрібно проектувати і прогнозувати не тільки самі практичні дії, а й їхні можливі наслідки. Таким чином, згідно даної точки зору соціальні технології необхідні як інструмент для впровадження соціальних інновацій у різні напрямки соціальної практики.

Друга точка зору (Н. С. Данакін) наголошує, що існування соціальних технологій пов'язане з самою соціальною дійсністю (реальністю). Соціальні технології обумовлюють перебіг соціальних процесів, адже якщо розглядати соціальні технології як послідовність операцій, то вони і є соціальним процесом. Проте ототожнення цих понять було б неправильним. Суть соціальної технології полягає в тому, щоб, враховуючи всі об'єктивні і суб'єктивні умови, спроектувати оптимальний розвиток соціального процесу. Для цього процес аналізується з точки зору його виду, типу, характерних особливостей, внутрішнього механізму, супутніх умов, інтенсивності, спрямованості. Таким чином, за допомогою соціальних технологій формується вичерпний «реєстр» соціальних процесів.

Соціальні технології, будучи сполучною ланкою між соціологічною теорією та методологією, з одного боку, і соціальною практикою – з іншого, забезпечують науково обґрунтований вибір оптимальних способів впливу

суб'єктів управління на об'єкт з метою створення сприятливих умов життєдіяльності людей.

Час, у який ми живемо – це час змін і викликів, пошуку відповідей на постійно виникаючі питання в умовах невизначеності в навколишньому світі.

Сучасний етап розвитку світової цивілізації визначається як перехід від індустріального суспільства до інформаційного, появу якого пов'язують з інформаційною революцією, розвитком інформаційних технологій, що радикально змінюють суспільне життя. Цей перехід відбувається нерівномірно, що обумовлюється і національною специфікою, і станом розвитку світового співтовариства [1].

Інформаційне суспільство як соціологічна концепція, де основним фактором суспільного розвитку є виробництво та використання науково-технічної та іншої інформації, виникає у 80-ті роки ХХ ст. у зв'язку з мікроелектронною революцією. Основу теорії інформаційного суспільства заклали Д. Белл, Т. Стоуньєр, А. Турен, У. Дайзард, О. Тоффлер. Саме вони у своїх працях у 1970-80 роках окреслили основні риси концепції інформаційного суспільства, яка змінила концепцію індустріального та постіндустріального суспільства. Вона базується на передумовах того, що інформатика та інформаційна технологія виступають засобом зміни соціальної структури суспільства, продуктивних сил й утворення цілісної індустрії інформації [2].

О. Тоффлер розглядає інформацію і знання як визначальні досягнення ХХ ст. Для «інформаційного суспільства» характерне повсюдне розповсюдження комп'ютерів, гнучких технологій. Інформаційне суспільство несе з собою нові інститути, відносини, цінності, те, що О. Тоффлер називає новим ладом життя (третьою хвилею). Цей устрій життя заснований на різноманітних поновлюваних джерелах енергії; на методах виробництва, які заперечують більшість фабричних складальних конвейєрів; на нових нуклеарних сім'ях; на новій структурі, яку О. Тоффлер називає «електронним котеджем»; на радикально змінених школах і об'єднаннях майбутнього.

Тобто в інформаційному суспільстві поступово складаються нові види сім'ї, стилі роботи, життя, нові форми політики, економіки і свідомості. О. Тоффлер обґрунтовував думку про те, що влада, заснована на силі і багатстві, втрачає свій вплив, хоча й не зникає повністю. Але справжню владу набуває знання в різних формах інформації, науки, мистецтва [3, с. 114].

В розумінні самого поняття інформаційного суспільства можна виділити три основні підходи: технологічний, комунікативний, соціетальний.

Технологічний підхід пов'язаний із ресурсно-енергетичним, технічним розумінням інформаційних технологій як нового вдосконаленого рівня знаряддєвих або «машинних» засобів підвищення продуктивних сил, як різновиду ресурсів. Стара умовна схема «людина – машина» перетворюється тут на більш сучасну схему «людина – комп'ютер». Інформаційна технологія у цьому випадку пов'язується з електронним способом зберігання, обробки інформації й документації та створенням нових, електронних інформаційних продуктів. Інформаційним же суспільством, з погляду технологічної його інтерпретації, є суспільство, яке широко користується сучасним високоефективним у технологічному відношенні способом обробки, збереження та поширення інформації. (Існує навіть уявлення про своєрідний «ценз вступу» до інформаційного суспільства, згідно з яким є обов'язковою наявність у домі хоча б трьох із чотирьох предметів – телевізора, відеомагнітофона, телефону, комп'ютера.) Одним із найважливіших завдань у

процесі формування інформаційного суспільства в технологічному його розумінні є досягнення можливості швидкого й ефективного доступу до інформаційних ресурсів глобальної мережі.

На сьогодні залишається актуальною наукова дискусія відносно предметної сфери інформації: чи є вона властивістю всіх матеріальних об'єктів, чи тільки живих і самокерованих, або ж тільки істот зі свідомістю. Проте, хай там як, соціетальний підхід до інформаційного розвитку зорієнтований на вдосконалення когнітивної операційності програмних систем із метою розширення їх соціальних функцій (у тому числі виконання виробничих та управлінських завдань), реорганізації з їх допомогою різних сфер суспільного життя та задоволення реальних життєвих потреб людини, на перехід від поліпшення технологічних можливостей як таких до принципово нової форми задоволення соціальних потреб (дистанційне навчання, консультативна телемедицина, електронні мережі торгівлі). Іншими словами, йдеться не тільки про підвищення комфортності в традиційному задоволенні інформаційних потреб, а про появу принципово нових форм задоволення культурних потреб і розширення соціальних можливостей. Серед завдань інформаційного суспільства в соціетальному його трактуванні – створення можливості реалізації соціальної активності для всіх верств населення, забезпечення доступу до різноманітних послуг суспільству в цілому (в тому числі й «соціально незахищеним», як тепер прийнято говорити, його верствам), знищення поняття провінції.

У словнику з соціології інформаційне суспільство трактується як поняття модернізаційної парадигми філософії історії і соціальних дисциплін, згідно якої будь-яке суспільство проходить три стадії розвитку: аграрну (доіндустріальну), сучасну (індустріальну), постсучасну (інформаційну), де інформаційне суспільство розглядається як якісно новий період в розвитку цивілізації [4, с. 386].

У перспективі подальших досліджень концепція інформаційного суспільства пройшла складний еволюційний процес. Описуючи зміни, що відбуваються в глобальному суспільстві, вчені обґрунтовували різні теорії. Теорія інформаційного суспільства – важливий елемент сучасної теорії суспільного процесу. Вона розкриває об'єктивну тенденцію переходу людства до інформаційного розвитку і визначає гуманістичний вимір технологічного прогресу. Подальші дослідження у напрямку вдосконалення цього варіанту інтерпретації сучасних соціальних трансформацій вбачаються, насамперед, в систематизації наукових розвідок, що на даному етапі функціонування соціальних структур та розвитку глобалізаційних процесів підтвердили свою теоретичну спроможність.

Список використаних джерел

1. Капуш А. Концепція інформаційного суспільства: культурологічний аспект [Електронний ресурс] А. Капуш. Режим доступу: <http://inf.oa.edu.ua/dopovid/kapush.pdf>.
2. Становлення інформаційного суспільства [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://www.socialscience.com.ua/публікація/31_Становлення_20інформаційного_20суспільства
3. Социология: энциклопедия / А.А Грищанов, В.Л. Абушенко. - Мн, 2003 – 1312с.
4. Тоффлер А. Проблемы власти на пороге XXI века / А. Тоффлер – Свободная мысль. –1992. - № 2. - С. 113–120.

Герасимчук Вікторія
Володимирівна
студентка 1 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У третьому тисячолітті, коли людство переходило від індустріальної до інформаційної цивілізації, інформація стала однією з головних складових історичного прогресу. Вона має ключове значення для успішного функціонування всіх суспільних і державних інститутів, адекватного поведіння кожної окремої людини.

Інформація – відомості про оточуючий світ, процеси, що відбуваються в ньому, які сприймаються людиною або спеціальним пристроєм для її потреб. Інформація необхідна кожній людині як умова, так і засіб її існування у суспільстві. Збільшення обсягів інформаційного обміну між людьми привело до появи нового типу культури – інформаційної. Його характерними рисами є підвищення ефективності передавання інформації одне одному особисто або за допомогою спеціальних засобів, її всебічна класифікація та уніфікація з метою найбільшої компресії.

Про значення впливу інформаційних факторів на життєдіяльність сучасного суспільства свідчить той факт, що створений людством у природному середовищі «штучний світ» утворює сьогодні не тільки техносфера (світ техніки, технологій, складних інженерних споруд тощо), але й інформаційна сфера, значимість якої для життя кожного індивіда безупинно зростає.

У найбільш загальному вигляді інформаційну сферу (або інформаційне середовище) утворюють: суб'єкти інформаційної взаємодії або впливу (люди, організації, системи); власне інформація, призначена для використання суб'єктами інформаційної сфери; інформаційні технології та технічні засоби; інформаційна інфраструктура, що забезпечує можливість здійснення обміну інформацією між суб'єктами; суспільні відносини, які складаються у зв'язку з формуванням, переданням, поширенням і зберіганням інформації, а також система їхнього регулювання.

Можливості оперативного обміну економічною, науково-технічною, культурною, політичною, військовою та іншою інформацією є безсумнівним благом, великим досягненням цивілізації. Без інтенсивного обміну інформацією, постійного інформаційного зв'язку з навколишнім середовищем взагалі неможлива нормальна життєдіяльність людей. У той же час загальною закономірністю суспільного розвитку є типова ситуація, коли сучасна людина все рідше знаходить час і можливості для звичайного спілкування з людьми, що її оточують, та безпосереднім обміном важливою життєвою інформацією [1, С. 317].

Основну частину інформації, необхідної для адекватного поведіння в суспільстві, людина одержує з теле – і радіопрограм, газет та інших періодичних видань. Особливо показово це відбивається при формуванні людської думки з питань, які не знаходять порозуміння у безпосередньому

досвіді соціуму, зокрема, про політичне життя і його лідерів, економічну кон'юнктуру, обстановку в інших країнах і регіонах тощо.

Загальна комп'ютеризація суспільства сприяє прискореному переходу від фізичної до розумової праці, що, без сумніву, є показником прогресу людства, оскільки характеристики комп'ютеризованого виробничого середовища (умови праці) наближаються до комфортних, а рівень технічної оснащеності побутової діяльності, у свою чергу, – до виробничого. Однак, як відомо, будь-яке благо за певних умов або при неправильному використанні може перетворитись на лихо.

Комп'ютерні небезпеки прогнозувались ще напочатку розвитку кібернетичного знання, але це були, в принципі, утопічні застереження. Сьогодні ж, у зв'язку з появою «дружніх» та інтелектуальних електронних засобів, які позбавлені особистих, корисливих інтересів, але несуть реальну загрозу ізоляції людини від собі подібних, все набагато серйозніше. Припинення інформаційних контактів із соціальним середовищем, як правило, провокує особистісну деградацію людини, стає джерелом різних відхилень – аж до психічних розладів. Тобто вплив загальної комп'ютеризації суспільства та засобів її реалізації на здоров'я людини, її психіку далеко не безпечний.

Дисплей комп'ютера негативно впливає на зір людини, спричиняє розумові перевантаження та швидке стомлення нервової системи, провокує виникнення психічних захворювань. Більше того, поки що ніхто не може виразно повідомити, яким є вплив комп'ютера на біосферу та живі організми. Можна також очікувати, що поширення використання комп'ютерної техніки сприятиме розповсюдженню у суспільстві психології індивідуалізму. Це побоювання не позбавлене підстав, оскільки комп'ютерна та інші інформаційні технології індивідуального користування дійсно обмежують коло спілкування людей (партнером людини в роботі, навчанні, дозвіллі, на відпочинку все частіше стає комп'ютер).

Комп'ютер може увести людину від реальності у світ мрій, створити штучний замітник дійсності, тобто підсилити її соціальну ізоляцію. Безперечно, суть «комп'ютерних» небезпек полягає не тільки в техніці та інформації, але й у створенні відповідного суспільного середовища. Незважаючи на легкість електронної комунікації, яка є підґрунтям інформаційного соціуму, з її тенденціями заохочувати працювати вдома, насиченістю інформаційного простору просвітницькими та розважальними каналами, небезпека ізоляції та відчуження людини в ньому залишається, а з нею і відхід від родини, від безпосередніх контактів з іншими.

Спілкування – засіб, що за всіх часів використовувався людиною як порятунком від своїх внутрішніх проблем, в умовах панування ЗМІ та зростання телеманії виявився одностороннім. Усе більш відчутним стає феномен «самоїтності людини в юрбі». Стрімко зростає кількість людей, що відчують патологічний страх перед «іншими», страх спілкування з оточуючими, острах будь-якої діяльності на публіці. З'явилася нова хвороба – соціофобія. Техноцентровані особи обмежують спілкування мінімумом необхідного. Вони прагнуть ізолюватися не тільки від колишніх друзів, але й від членів родини, саме для яких спілкування здобуває суворо утилітарний характер, позбавлений емоцій і людської теплоти. Тому і виникає побоювання не стільки активної відмови від масових форм культурного життя, що спостерігається сьогодні, скільки поступово зростаючого відчуження індивіда – пасивного та підступного.

У техноцентрованих людей відбувається навіть зміна поглядів на любов і сексуальне життя. Вони розглядаються не як позитивні, життєві стимули, а як засоби

полегшення напруги. Загальна комп'ютеризація може привести до техностресу. Це зовсім нова, сучасна хвороба адаптації, викликана нездатністю людини адекватно реагувати на неординарну інформаційно-комп'ютерну технологію.

Ще один парадокс інформатизації, медіатизації та комп'ютеризації полягає в тому, що вміння використовувати інформаційні технології стимулює розвиток інтелектуальних здатностей в певному напрямку, але в той же час може негативно позначитися на них в інших. Йдеться, наприклад, про можливість виникнення «інтелектуальної» гіподинамії [2, с. 67].

Список використаних джерел

1. Ситник В.Ф. Основи інформаційних систем / Ситник В.Ф.– К.: КНЕУ, 2001. – 420с.
2. Хмельницький О.О. Інформаційна культура: підготовка кадрів до інформаційної роботи./ Хмельницький О.О. – К.: КНТ, 2007. – 193 с.

Актисенко Анна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій
Науковий керівник
Ремарчук Мар'яна Миколаївна

СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТУ

Глобальні комп'ютерні мережі, що з'явилися в 60-х роках, явно видозмінили діяльність і спілкування між людьми. Виникла і стала прискорено розширюватися віртуальна комунікація. Вже в 70-і роки зарубіжними фахівцями з суспільних наук був виконаний значний обсяг досліджень в області комунікативної діяльності, опосередкованої комп'ютером. Дослідники виходили з того, що комп'ютерні мережі являють собою новий етап у розвитку засобів комунікації, а також їх застосування веде до значних структурних і функціональних змін у психічній діяльності людини, які зачіпають пізнавальну, комунікативну та особистісну сфери.

Вживання терміну «комунікація» у вузькому сенсі слова ґрунтується на тій обставині, що в ході спільної діяльності люди обмінюються між собою різними уявленнями, ідеями, інтересами, настроями, почуттями, установками тощо. Якщо все це можна розглядати і як інформацію, то сам процес комунікації може бути зрозумілий як процес обміну інформацією.

Можна виділити три шари комунікативного акту: інформацію, емоції, ролі як відносини між учасниками. Існує дуже тісний взаємозв'язок між комунікацією та емоціями. Якщо емоції викликаються не тільки взаємодією з іншими людьми, то комунікація нерозривно пов'язана з емоційними переживаннями. Емоції є найважливішою характеристикою комунікації і супроводжують будь який комунікативний акт.

Основними характеристиками саме віртуальної комунікації є анонімність і фізична відсутність учасників у процесі спілкування. Можна назвати й інші

особливості інтернет-спілкування: анонімність, зняття особистісного захисту, комунікативну доступність партнерів, безпосередність і відкритість та ін.

Реальне життя ставить величезну кількість як індивідуальних, так і соціальних перешкод для успішної комунікації. У спілкуванні у нас можуть викликати антипатію зовнішність співрозмовника, його стиль одягу, манера поведінки тощо. Соціальні ж перешкоди, це - велика різниця у віці, соціальному статусі, національні упередження та ін. Перешкоджати спілкуванню можуть просто обставини зустрічі, існуючі норми поведінки.

При спілкуванні в чатах можна спостерігати зовсім іншу картину. Відсутність можливостей для візуального контакту має своїм наслідком не тільки глобальну нестачу виражальних засобів, а й повну анонімність, яка в чатах культивується.

Вливаючись у віртуальний соціум, людина отримує повну свободу у створенні самої себе і має можливість виліпити себе такою, якою захоче. В чатах спілкуються не реальні люди, а живуть створені ними образи віртуальної реальності.

Важливою особливістю «жителів мережі» є схильність так званого синдрому ескейпізму - втечі у віртуальну реальність. Їх не задовольняє даний стан речей, вони знаходяться в постійному пошуку новизни. Вони прагнуть до стимуляції почуттів за рахунок віртуальної реальності, шукають можливість виговоритися, бути емпатійно зрозумілим і прийнятим, звільнитися тим самим від гострого переживання неприємностей у реальному житті, а також отримати підтримку і схвалення. Вони відчувають велике задоволення, відчуваючи себе "віртуозом" у застосуванні комп'ютера і спеціальних пошукових небудь комунікативних програм. Емоційна сфера цих людей характеризується нестійкістю і депресивними реакціями. Більшість страждає від почуття самотності, дистанційності і відчувають неможливість домогтися розуміння з боку інших людей. Вони схильні до гіпертрофовано емоційних реакцій на слова інших людей - подібне загострення емоцій не заохочується в більш традиційних формах спілкування.

Користувачі Інтернету - це люди, що володіють відносно високим інтелектом і вміють його використовувати в досягненні своїх цілей. Зібраність і кмітливість, абстрактність мислення та інтелектуальна пристосованість дають їм можливість вливатися в віртуальні спільноти і управляти ситуацією з прагненням до домінування. При всьому цьому таким людям властива висока тривожність. Багато користувачів Інтернету відчувають певний психологічний дискомфорт в реальному житті, що сприяє посиленню їх особистісної спрямованості на віртуалізацію відносин із зовнішнім світом.

Існує три групи користувачів Інтернету. Перша - це «мережевики» (networkers). Вони оптимістичні, соціально активні і позитивно налаштовані до інших людей, мають друзів, у тому числі протилежної статі. Вони підтримують нормальні відносини з батьками. Комп'ютер для них - це щось на зразок хобі.

Друга група - «робочі» (workers) - сама нечисленна група людей, що володіють найбільш сучасними і дорогими комп'ютерами. Представники цієї групи прекрасно навчаються, причому їх не задовольняє стандартна програма навчання, і вони відвідують додаткові навчальні курси. Для них характерна досить суворя «робоча етика»: наприклад, неприйнятне «комп'ютерне піратство».

Третя група - це «дослідники» (explorers) - найчисленніша група. Для них програмування є інтелектуальним викликом і одночасно розвагою. Вони

пишуть надскладні програми, часто навіть не доводячи їх до кінця, приймаються за нові, більш складні. Представники цієї групи із задоволенням займаються налагодженням програм. Комп'ютерне піратство і хакерство вони сприймають за «чесну гру» проти інших розробників програм і систем. З формального боку, рівень освіти у них нижче, ніж у «робочих», - при цьому вони не тільки не відстають від більш дипломованих колег, а й часто перевершують їх обсягом знань, амбіцій, до соціальних критеріїв життєвого успіху вони досить байдужі. Для «дослідників» комп'ютер - свого роду партнер і друг, він часто одушевлений, з ним простіше взаємодіяти, ніж з людьми.

Таким чином, активний користувач Інтернету - це людина з нереалізованою комунікативністю, що прагне до автономності, що орієнтується на унікальні заняття, схильний до продуктивної, а не відтворюючої діяльності.

Список використаних джерел

1. Войскунській А.Є. Актуальні проблеми залежності від Інтернету // Психологічний журнал. - 2004. - № 1.
2. Чудова Н.В. Психологічні особливості комунікативного простору Інтернету // Матеріали секції «медіапсихології». - М.: МГУ, 2001.
3. Чудова Н.В., Евлампієва М.А., Рахімова Н.А. Психологічний портрет споживача Інтернет-інформації // Проблеми медіапсихології.- М.: МГУ, 2001.

Сільченко Аліна Володимирівна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Ремарчук Мар'яна Миколаївна

ПСИХОЛОГІЯ СПІЛЬНОЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Психологія управління – це новий напрям у психології, який розглядає перш за все проблеми управління трудовою діяльністю особистості і діяльністю трудового колективу в цілому. Будь-який науковий напрям у період свого виникнення спирається на вже наявні наукові напрями і формується у взаємодії з ними, запозичуючи у них поняття, методи і проблеми, розвиваючи одні і відкидаючи інші і тим самим формуючи власну предметну область і власний погляд на неї. Яка ж предметна область психології управління, в чому своєрідність її погляду на речі?

Аналізуючи розвиток психології управління як наукового напрямку порівняно з іншими напрямками психології важливо розрізнити два рівні – рівень логіки розвитку науки і рівень потреб суспільного життя. Перший рівень пов'язаний з розвитком системи наукових понять, другий – з розвитком суспільного життя, появою нових її форм, що вимагають нового осмислення за допомогою наукових понять. Ці два рівні пов'язані таким чином, що без звернення одного не можна зрозуміти логіку іншого, хоча обидва рівні існують цілком автономно. Відмітна особливість психології управління полягає в тому, що об'єктом її досліджень є організована діяльність. Це діяльність людей, об'єднаних в одній організації, що підкоряються правилам і нормам цієї

організації і що виконують задану їм спільну роботу відповідно до економічних, технічних і організаційних вимог. Правила, норми і вимоги організації передбачають і породжують особливі психологічні відносини між людьми, які існують лише в організації, – управлінські відносини людей.

Вивчення особистості працівника в організації, аналіз впливу організації на соціально-психологічну структуру і розвиток колективу – такі головні питання досліджень в психології управління.

Специфіка психології управління на відміну від соціальної психології праці полягає в тому, що індивід розглядається в зв'язку не просто з суспільством, а й з державою як формою організації суспільного життя через такі державні утворення, якими є установи, організації і підприємства.

Так, держава регулює трудову діяльність працівника, визначаючи його права і обов'язки за допомогою посадових інструкцій; держава визначає відносини працівників і адміністрації за допомогою трудового законодавства; держава визначає технологію і якість вироблюваного продукту системою державного стандарту; нормування і оплата праці здійснюється по нормах і розцінках, затверджуваною державою.

Звернемося до трудової мотивації. У звичайному розумінні «потреба в праці» – це всього лише психологічний стан, аналогічний іншим станам, пов'язаним з потребами в їжі, безпеці, поваги тощо, тобто це ендогенна потреба, як вона була визначена вище. Якщо ж розглядати працю як спільну діяльність, то виникає необхідність іншого розуміння чинників поведінки, яка пов'язана з поняттям екзогенної потреби. Специфіку екзогенної потреби можна показати навіть на прикладі простої і абстрактної форми праці, що не вимагає співпраці, – припустимо, виготовлення першого знаряддя праці (умовність такого розгляду досить очевидна).

Екзогенна функціональна потреба як психічне утворення зв'язується і співвідноситься не з фізіологічними основами психічних процесів, не з функціями організму і навіть не з функціями індивіда, що розглядається як відособлене утворення, а з функціями спільної діяльності, в яку включений індивід. Це потреба виконувати певні дії, зумовлені положенням і роллю індивіда в структурі спільної діяльності. Формування екзогенної функціональної потреби представляється нам як результат стійкого успішного прояву здібностей індивіда в умовах спільної діяльності у зв'язку з виконанням певної функції

Екзогенна функціональна потреба є проміжною ланкою, перехідною формою, що зв'язує суспільну потребу в тому або іншому виді праці з індивідуальною потребою, що не має відношення до праці. Вирішувати її необхідно, зіставляючи індивіда не з суспільством в цілому, а з окремими його утвореннями – підприємствами, установами, організаціями. Адже саме в організаціях реалізуються потреби суспільства і саме в організаціях потреби індивіда знаходять умови для реалізації і розвитку.

Таким чином можна дійти висновку про те, що особлива увага приділена проблемі соціалізації індивіда. Вона розглядається в трьох основних аспектах: як соціалізація праці, як соціалізація потреби і як соціалізація поведінки. В ході аналізу кожного з аспектів проблеми визначалися конкретні завдання психології управління, пов'язані з її вирішенням. Основне положення пропонованого вирішення проблеми соціалізації – відмова від «постулату безпосередності» в аналізі зв'язку індивіда і суспільства та затвердження як ланки організованої спільної діяльності, що є посередником.

Список використаних джерел

1. Баклицький І. Психологія праці: підручник. — 2-ге вид., переробл. і доп. — К. : Знання, 2008. — 655с.
2. Бандурка А. Психология управления: учебный посібник/ А.М.Бандурка, С.П.Бочарова, Е.В.Землянская. - Х.: Фортуна-пресс; Симферополь: Реноме, 1998. - 340 с
3. Балл Г. Психологія праці та професійної підготовки особистості: Навч. посібник / Академія педагогічних наук України; Інститут педагогіки і психології професійної освіти / П.С. Перепелиця (ред.), В.В. Рибалко (ред.). — Хмельницький : Універ, 2001. — 330с.

Ханіна Тетяна Олександрівна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Ремарчук Мар'яна Миколаївна

КОНФЛІКТ В ПСИХОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

Психологія менеджменту – галузь психологічної науки, яка вивчає психологічні закономірності управлінської діяльності: роль людського й психологічного факторів у менеджменті, оптимальний розподіл професійних і соціальних ролей у групі (колективі), лідерство й керівництво, процеси інтеграції та зміцнення відносин у колективі, психологічні механізми прийняття управлінських рішень, соціально-психологічні якості менеджера й працівника, механізм психологічної взаємодії між ними, психологію контактів, причини стресів і способи їх уникнення, психологію службових конфліктів тощо.

Уявлення про те, що конфліктів необхідно уникати за будь-яку ціну, не повинне бути властивим менеджменту. Такий погляд на проблему конфліктів тільки заважає менеджеру займати правильну позицію при управлінні підприємством. Конфлікти є невід'ємною складовою частиною нашого життя. Часто конфлікти позитивно впливають на реорганізацію застарілих структур, ліквідують неполадки. Менеджер повинен вміти керувати конфліктами.

Конфлікт – це відсутність згоди між двома чи декількома суб'єктами, зіткнення протилежних сторін, сил, які можуть бути конкретними особами або групами працівників, а також внутрішній дискомфорт однієї особи. При конфлікті кожен суб'єкт нав'язує свою точку зору, цілі, думки, гостру суперечку і заважає іншому суб'єктові чинити так само.

Сучасний американський менеджмент підкреслює бажаність конфліктів, вбачає їхнє позитивне значення та вимагає вміння керувати ними.

Звичайно, конфлікт не завжди має позитивний характер. В окремих випадках він може заважати задоволенню потреб окремої особи й досягненню цілей організації в цілому, але в багатьох ситуаціях конфлікт допомагає виявити різні точки зору, дає додаткову інформацію, виявляє більшу кількість альтернатив або проблем.

Конфлікти є джерелом змін, що відбуваються в організації (на підприємстві), розвиток і функціонування якої по суті є безперервним процесом виникнення й розв'язання різноманітних виробничо-господарських проблем.

Конфлікти поділяються на такі види, як внутрішньо особистісні, міжособистісні, між групові, між особою.

Узагальнення та співставлення різних конфліктологічних концепцій свідчить, що кожний конфлікт має деякі спільні складові, до яких зазвичай відносять: суб'єкти конфлікту; відносини між ними; предмет (проблему, спірне питання), з приводу якого він виникає; соціальне середовище, у якому протікає.

До методів розв'язання конфліктів можна віднести такі рекомендації: роз'яснення вимог щодо роботи; використання координаційних інтеграційних механізмів (через команди, ієрархію посадових осіб, підрозділи, функції, служби тощо); визначення загально-організаційних комплексних цілей з метою спрямування зусиль усіх працівників на досягнення загальної єдиної мети; використання системи винагород (премій, матеріальних заохочень, підвищення по службі і т.д.)

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л., Баранчєев В.П., Гунин В.Н., Кибанов А.Я., Ковалева А. М.. Управление организацией / Государственный ун-т управления / А.Г. Поршнеv— М., 2003. — 715 с.
2. Гріфін Рікі В., Яцура В Основи менеджменту: Підруч. для студ. екон. спец. — Л.: БаК, 2001. — 624 с.
3. Луцій О.П. Основи маркетингу: Конспект лекцій — К, 2000. — 45 с.
4. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. — К., 2003. — 608 с.

Бова Віталій Олександрович
студент 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

РОЗБУДОВА СУСПІЛЬСТВА: ВІД ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО

Сьогодні світ переживає нову могутню інформаційну революцію, здатну принципово змінити життя людей – їх роботу, дозвілля, способи об'єднання в співтовариства і навіть ставлення до самих себе. В основі цієї революції лежить вибуховий розвиток інформаційних технологій (ІТ), різноманітність і можливість вживання яких лімітовані лише винахідливістю самої людини. На відміну від попередніх технологічних революцій ця фундаментальна зміна зачіпає наше розуміння часу, простору, відстані і знання. Сьогодні стала очевидною перевага інформаційної складової діяльності людей над всіма іншими її формами і компонентами.

У сучасному світі знання й інформація породжують нові знання, їх обсяги і вплив на продуктивний розвиток суспільства зростають у часі подібно

сніжному кому. Цей виклик потребує від людства нових способів і засобів поширення і використання глобальних знань з метою подальшого прогресу, що і є головною властивістю суспільства знань інформації.

Пошук нової парадигми улаштування світу вимагає глобалізації знань і наукових досягнень і стає передумовою виникнення нової фази розвитку людства, пов'язаної з появою інформаційного суспільства – суспільства знань.

Становлення і розвиток інформаційного суспільства є характерною рисою ХХІ століття. В епоху інформаційного суспільства людство використовує могутній інструмент для об'єднання зусиль з метою одержання нових знань, спрямованих на рішення своїх глобальних проблем, економічного зростання і підвищення життєвого рівня населення. Саме в інформаційному суспільстві активно розвиваються інформаційні і комунікаційні технології, створюються умови для ефективного використання знань в рішенні найважливіших завдань управління суспільством і демократизації суспільного життя.

Характерними рисами і ознаками інформаційного суспільства є: формування єдиного інформаційно-комунікаційного простору країни, як частини світового інформаційного простору; становлення і в подальшому домінування в різних сферах перспективних інформаційних технологій, засобів обчислювальної техніки і телекомунікацій; створення і розвиток ринку інформації і знань як факторів виробництва на додаток до ринків природних ресурсів, праці і капіталу, перехід інформаційних ресурсів суспільства в реальні ресурси соціально-економічного розвитку, фактичне задоволення потреб суспільства в інформаційних продуктах і послугах; зростання ролі інформаційно-комунікаційної інфраструктури в системі суспільного виробництва; підвищення рівня освіти, науково-технічного і культурного розвитку за рахунок розширення можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному і регіональному рівнях і, відповідно, підвищення ролі кваліфікації, професіоналізму і здібностей до творчості як найважливіших характеристик послуг праці; створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне одержання, поширення і використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку [1, с. 235].

Інформаційне суспільство вносить істотні якісні зміни і в методологію сучасної освіти: знання формують основу для реалізації потреб освіти і складають один з найважливіших виробничих чинників. В інформаційному суспільстві економіка країни зазнає зміни і трансформується в економіку, засновану на інформації і знаннях, інтелектуальних інформаційних технологіях, які підтримується всесторонньо розвиненою людиною. Ці тенденції в економіці вимагають нових видів освіти, етичної компетентності та інфраструктури, що підтримує процес постійного вдосконалення знань і умінь.

Термін «інформаційне суспільство» було прийнято використовувати щодо нової світової спільноти, яка базується на інформації. Загальноприйнятого визначення інформаційного суспільства досі не існує, хоча в розумінні кола проблем, які воно охоплює і які мають бути вирішені при цьому, є істотні зрушення. Приведемо нижче деякі найпоширеніші тлумачення даного поняття.

Інформаційне суспільство – це таке суспільство, в якому виробництво і споживання інформації є найважливішим видом діяльності, а інформація признається найзначнішим ресурсом.

Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому є реалізованим загальний доступ до глобальних джерел інформації і автоматизованої її обробки.

Інформаційне суспільство – ступінь в розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанням частки комунікацій, інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їх соціальних та особових потреб в інформаційних продуктах і послугах [2, 211].

Беручи до уваги вищенаведені визначення, можна зробити висновок, що створення інформаційного суспільства – новий виток розвитку людської цивілізації, і він немислимий без розвитку процесу інформатизації, який, у свою чергу, є пов'язаним з розвитком інформаційної індустрії.

Інформаційна індустрія – виробництво технічних засобів (ЕОМ, ПЕОМ, телефонів, телексів, факсів, ксероксів та інших пристроїв) та програмного забезпечення (нових інформаційних технологій).

Зауважимо, що саме інформаційна індустрія підтримує процес інформатизації суспільства.

Інформаційна індустрія – це засіб для переходу від індустріального суспільства до інформаційного. Інформаційне суспільство не може бути ізольоване, тому інформатизація суспільства веде до інформаційної єдності всієї цивілізації.

В інформатизації суспільства є й негативні сторони. Головна з них – втручання в приватне життя (несанкціонована електронна пошта, реклама, віруси). Другий приклад негативного явища, пов'язаного з інформатизацією суспільства – інформаційна криза. Третє негативне явище, що супроводжує розбудову інформаційного суспільства – відірваність тих, хто занадто захоплюється інформаційними технологіями, від реального життя. Так, викладачі Американського Університету Вільямса Вуда стурбовані тим, що їх студенти проводять дуже багато часу в Інтернеті. Щоб перешкоджати цьому, керівництво університету запропонувало студентам знижку на оплату навчання за те, що студенти проводитимуть більше часу в реальному житті. Студент підписує договір з університетом, в якому обумовлюється, що протягом року студент відвідуватиме різні університетські культурні заходи, заробляючи при цьому бали.

Список використаних джерел

1. Узбер Ф. Теории информационного общества. Пер. с англ. Е. Л. Вартановой. – М.: «Аспект пресс», 2004. – 400 с.
2. Кастельс М. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель./ Мануаль Кастельс, Пекка Хіманен. – Київ, 2006. – 232 с.

Ходорковський Михайло
Владиславович
студент 2 курсу гр. ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Труш Марія Сергіївна

СТАДІЇ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА: РЕТРОСПЕКТИВА СОЦІОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ

Суспільство є високоабстрактною категорією, витвореною на перетині соціальної філософії, соціології, історії та інших наук, надзвичайно складним соціальним феноменом, що зумовило різні його тлумачення.

Соціологічна думка від свого зародження постійно намагалась досягнути сутність, основні засади функціонування, найхарактерніші особливості суспільства як соціального феномену. Так, античні філософи, зокрема Арістотель, Платон, ототожнювали суспільство з державою. У середньовіччі поширеною була думка про те, що суспільство виникло внаслідок домовленості людини з Богом; у нові часи побутувала ідея суспільного договору між людьми, внаслідок якого постало суспільство, хоча деякі філософи (Д.Дідро) вважали, що життя людей завжди було суспільним.

Якісно нове розуміння категорії «суспільство» запропонувала соціологія в середині ХІХ – на початку ХХ ст.: суспільство стали розглядати як динамічне утворення, яке перебуває у постійному розвитку, виявляючи здатність до саморегулювання і самовідтворення.

Залежно від погляду на суспільство як на фундаментальну категорію в соціології формувались відповідні теорії суспільства, у розвитку яких простежується три періоди:

- наприкінці ХVІІІ – початку ХХ ст. соціологія функціонувала як сукупність поглядів щодо промислового суспільства; всі тодішні теорії виходили з того, що суспільство, яке зароджується, має індустріальний характер, а економічна система визначає тип суспільства, задає принцип суспільного порядку;

- у 20-х – 60-х р.р. ХХ ст. вчення про суспільство зосереджувались на фіксації нових специфічних рис, явищ, зумовлених переходом до стадії організованого капіталізму, передусім в економічній сфері; суспільство тлумачили як державно-монополістичний (з точки зору форми власності), організований (з огляду на соціальні та економічні процеси), зрілий, розвинутий капіталізм, як менеджеріальне суспільство (враховуючи домінуючу професію у всіх галузях), як суспільство масової культури;

- у 70-х – 90-х р.р. ХХ ст. виникають «концепції інформаційного суспільства» (Д.Белла, Р.Дарендофа, О.Тоффлера та ін.), які фіксують трансформації в економічній системі, структурі формальної та неформальної влади, інформаційній сфері; вони розглядають інформаційне суспільство як особливу стадію історичного та соціально-економічного розвитку людства.

Проблема типологізації суспільств передбачає розмежування понять «суспільство», «природа», «державна», «країна» та з'ясування співвідношення між даними категоріями, яке визначає типологізацію суспільств, тобто їх

класифікацію на основі визначення найважливіших і найсуттєвіших ознак, типових рис, які відрізняють одні суспільства від інших.

Залежно від критеріїв соціологи по-різному визначали типи суспільств. Німецький соціолог Ф.Тьонніс (1855-1936) з огляду на наявність і стан промислового виробництва, класифікував їх на традиційне (допромислове) та промислове [1, с. 302].

Американські соціологи Г.Ленські та Дж.Ленські, розрізняючи суспільства за головним способом здобуття засобів до існування, виокремлюють: суспільство мисливців і збирачів (структура його надто проста, а соціальне життя організоване на основі родинних зв'язків); садівничі суспільства (основою їх соціальної структури також є родинні зв'язки, але їх система помітно розвинутіша, складніша; аграрне суспільство (де з'являється вже додатковий продукт, розвиваються торгівля, ремесла, зароджується держава, система родинних зв'язків перестає бути основою соціальної структури); промислові суспільства (виникають наприкінці XVIII ст. з появою промислового виробництва, використанням у виробничих цілях наукових знань, значного додаткового продукту, розвитку системи державного управління) [2, с. 198-201].

Застосування цього критерію іншими соціологами передбачає, крім перших трьох, індустріальне та постіндустріальне суспільства. Така типологія суспільств набула особливої популярності в другій половині XX ст. і названа технократичною.

Згідно з технократичною типологією виділяють три типи суспільств: доіндустріальні, що ґрунтуються на сільськогосподарській цивілізації, а їхня технологічна основа – ручна праця; індустріальні, які ґрунтуються на індустріальній цивілізації, а технологічна їх основа – машинна праця; постіндустріальні, котрі базуються на інформаційно-комп'ютерній цивілізації, а технологічну основу їх становлять знання й інформація. Термін «постіндустріальне суспільство» ввів у науковий обіг американський соціолог Д. Рісмен у 60-х рр. XX ст. Значного поширення термін набув з виходом однойменної книги Д. Белла в 1973 р [3, с. 177].

Постіндустріальне суспільство він розглядає як таке, в економіці котрого пріоритетними стають не галузі виробництва товарів, а виробництво послуг, проведення наукових досліджень, розвиток освіти, підвищення якості життя. На думку Д.Белла, провідним класом у такому суспільстві стає новий клас технічних фахівців, технократів, експертів, консультантів. Прибічниками теорії постіндустріалізму стають багато західних учених, які використовують різну термінологію, зберігаючи єдність у трактуванні сутнісних рис постіндустріального суспільства. Так, Р.Дарендорф уживає термін «посткапіталістичне суспільство», А. Етціоні – «постсучасне», Е. Тоффлер – «інформаційне», З. Бжезинський – «технотронне» [4, с. 239; 5, с. 410].

На думку американського соціолога Е.Тоффлера, структуру інформаційного суспільства визначають такі компоненти: біосфера; соціосфера (різні соціальні інститути); 4) сфера влади (формальні й неформальні інститути політики); психосфера (сфера міжособистісних стосунків); техносфера (енергетична підсистема, система виробництва, розподілу); 5) іносфера (системи інформації та соціальної комунікації). Усі перелічені структурні елементи рівнозначні та рівноправні. А саме завдяки структурі суспільство якісно відрізняється як від хаотичного скупчення людей, так і від інших

соціальних явищ. Соціальна структура визначає стабільність суспільства як системи, що функціонує та розвивається за власними законами.

У постіндустріальному інформаційному суспільстві вся духовна надбудова інтегрується в систему виробництва і – тим самим – долається дуалізм матеріального та ідеального. Якщо індустріальне суспільство було економіко-центричним, то постіндустріальне суспільство характеризується культуро-центричністю: зростає роль «людського фактора» і всієї спрямованої на нього системи соціогуманітарного знання. Це, звичайно, не означає, що постіндустріальне суспільство заперечує базові компоненти індустріального (високорозвинена промисловість, трудова дисципліна, висококваліфіковані кадри). Як зауважив Д.Белл, «постіндустріальне суспільство не заміщує індустріальне, так само як індустріальне суспільство не ліквідує аграрний сектор економіки» [3, с. 340]. Але людина у постіндустріальному суспільстві уже перестає бути людиною економічною. Домінантними для неї стають нові, постматеріалістичні цінності.

Список використаних джерел

1. Кравченко А. І. Соціологія: Учеб. посібник для студентів вузів. – М.: Академія, 1997. – 579 с.
2. Дж. Ленски. Человеческие общества: Введение в макросоциологию. – М.: Наука, 1974. – 398 с.
3. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. – М., 2008. – 560 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2010. – 784 с.
5. Бжезинский З. Между двумя эпохами. Роль Америки в технотронную эру. М.: Прогресс, 1970. – 670 с.
6. Соціологічний словник / О. М. Елсуков, К. В. Шульга, 1991. – 682 с.
7. Соціологія: / В. М. Лавриненко, Н. А. Нартова, О. А. Шабанова, Г. С. Лукашова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 480 с.
8. Фролов С. С. Соціологія. Учеб. посібник для вузів. – М., 2003. – 396 с.

Максимів Сергій Богданович
Студент 4 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Демченко Олена Вікторівна

СИСТЕМНА СОЦІОЛОГІЯ ЯК ВИХІД ІЗ СУКУПНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТОКУ В ТЕХНОГЕННОМУ СВІТІ

Будь-який відхід від індивідуального складає собою визначення суспільного і дозволяє розуміти закономірності світу у рамках соціологічного апарату. Соціологія вже давно знаходиться на етапі історичності, тобто розуміється як викладення закономірностей лише в теоретичному ракурсі основаному на соціальній філософії або ж гуманітарній парадигмі без прикладного застосування і конкретних методик. Як наука, соціологія не має достатніх досягнень на рівні з

економікою чи правом і тому являється аутсайдером серед різного роду прикладних дисциплін, котрі наразі ефективно застосовують математичний аналіз, моделювання, програмування ітд. Цей пробіл в свою чергу може пояснити сучасні тенденції в общинному розвитку людства, де кожна спільнота розуміється виключно в рамках споживчих термінів і це виявляється навіть на ментальному рівні, переходячи від одного покоління іншому.

Подібна ситуація виражається в питанні складності опису хаотичної системи, подібної суспільству. Тому і стає проблема у відсутності престижу соціології перед іншими науками. На заході системна соціологія вже давно використовується в академічних колах, що ж стосується пострадянських країн, то зважаючи на абсолютизм політичної влади, економічних чинників, на фоні суто матеріальних відносин соціальне виховання і суспільні взаємовідносини терплять крах, як пережиток неприємного історичного досвіду у вигляді соціалізму, комунізму тощо.

Європейські держави використовують надбання системного аналізу, соціальної інженерії, загальної теорії систем та інших для чіткого вираження не лише суспільних явищ (історичного опису подій, чи трактування закономірностей), але і передбачення, а також контроль за ситуаційними моделями, котрі можна спостерігати в світі. Такий підхід до вивчення соціального, дозволяє виявити нові категорії і внести більш вагомий вклад розвиток наукового знання. Як вже було сказано, єдиною складністю упровадження нової соціології є створення інтерпретаційної парадигми в рамках математичної мови і категорій системного аналізу. Не секрет що суспільство представляє собою складну систему взаємовідносин окремих індивід – початковий рівень, окремо взятих груп – другий рівень, котрий виражається у особливостях структурної організації і наявності певних особливостей, ітд, де кожне нове утворення виражається у особливу, динамічну структуру [1].

Тенденції сьогодення як вже відомо описуються інформаційним простором, із нагромадження великої кількості фактів, тверджень, спостережень виражених у вигляді блогів, постів, твітів тощо. Особливість інформації досі не вивчена, а її важливість як у фізичному, політичному економічному, соціальному плані не зрозуміла як явище. Адже поділившись з Вами цим фактом, я примножив подану інформацію в рази, при цьому залишивши її основну думку при собі без жодних втрат. Функціональна характеристика інформації за наявності розробленої інтерпретаційної моделі може слугувати аспектом до розвитку високих соціальних технологій в Українському суспільстві. Саме в соціальному аспекті можна розглядати чітку властивість інформаційного простору формувати якісний показник із кількісної насиченості, котра передує змінам у політичному, економічному житті держав і народностей.

Використання подібної парадигми може використовувати надбання інформаційного суспільства у вигляді обробки отриманих даних за хвилини (з використанням комп'ютерного моделювання), також продукувати прогностичні моделі і мати прикладний характер, а не застосовувати класичні теорії за для опису сучасності в рамках догматичних термінів, котрі застосовувалися близько століття тому [2].

Відсталість соціологічного виховання та суспільної дійсності із реальним світом вже давно виражена у вигляді тенденції соціального України. Револьюційний настрій, загальна анемія, війни (інформаційні та традиційні), технологічна відсталість, зокрема комунікаційні технології заходу випереджають східні на декілька десятків років. Я не кажу що впровадження математичної

моделі в парадигму соціології врятує суспільних стрій України, однак не слід недооцінювати важливість соціального виховання серед індивідів, оскільки останнє на фоні політичної та економічної вигоди спричиняють державний розлад у системі Соціальне-Політичне-Економічне. Задля розвитку суспільного слід розуміти основні закономірності, котрі в рамках інформаційного простору не можливо описати через класичні теорії, наголошуючи, Західних держав. Тому слід використовувати та призвичаюватися до загальних технологічних тенденції, розвиваючи наукову мову соціології у відповідність до сучасності.

Список використаних джерел

Давыдов. А. А. Конкурентные преимущества системной социологии. (Электронное издание) М.: ИС РАН, 2008.

Давыдов А. А Доклад «Системный анализ инновационного развития России» М.: РОС, 2010.

Кадет Дарина Миколаївна
студентка 4 курсу ННІМП
Державного університету
комунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Демченко Олена Вікторівна

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЗАСІБ ВИХОВАННЯ ПІДЛІТКІВ

Особистість формується безліччю елементів соціально-культурного середовища. Екранні мистецтва створюють в наших побутових умовах постійно діюче інформаційно-естетичне середовище, яке стихійно формує ціннісні орієнтації підлітка в галузі мистецтва, культури побуту, естетичної організації середовища, діяльності, відносин, екології тощо.

Вперше телебачення з'явилося в Лондоні в 1925 р. в результаті успішного експерименту Д. Беерда. В квітні 1935 року в Берліні з'явився перший телевізійний салон на 30 осіб з двома телевізорами, а восени 1935 року відкрився телетеатр з проектором на 300 чоловік. І як не дивно вже тоді телебачення почало відігравати величезну роль в соціальному житті громади. Зміст тогочасних програм, надаваних телебаченням, охоплював різні сфери людського життя - повідомлення та огляди на теми політики, культури і поточних подій, освітні, розважальні та мистецькі передачі. Вже з цього історичного екскурсу видно що його вплив на життя нації не можна назвати інакше як величезним [1, с. 60-75].

В останній час комерційне телемовлення, надане стихії ринку, розраховане на усереднені смаки молоді. Все частіше ми зустрічаємося з проявами вульгарності, відсутності смаку, жорстокості, цинізму. Зникли пізнавальні передачі, пішли в небуття манери поведінки в кадрі провідних акторів та учасників передач, які уособлювали в минулому наші уявлення про істинну інтелігентність.

На протязі останнього десятиліття збільшилась також кількість часу, який людина витрачає на перегляд телепрограм. Його кількісний показник вражає. В середньому в розвинених країнах на це заняття у дорослої людини йдуть три

години на добу, більше людина витрачає тільки на роботу і сон. Підлітки ж витрачають близько чотирьох годин на перегляд телепередач, в основному розважального гатунку, які формують їхню свідомість, нав'язують певні ціннісно-нормативні стандарти, створюють певне стереотипне ставлення до оточуючих і життя в цілому. В силу специфічності свого вікового періоду, підлітки активно піддаються пропагандистській дії телебачення та з його допомогою входять в соціальне життя суспільства, встановлюють з ним певні зв'язки і взаємини, осягають сенс діяльності і вчинків [2 с . 132-156].

Завдяки використанню різноманітних технологій по маніпуляції свідомістю населення, телебачення в наш час здатне докорінно змінити світогляд глядачів. І якщо доросла людина ще здатна опиратися такому впливу, то підліток – ні. У зв'язку з некритичним сприйняттям дійсності, телебачення змінює у підлітків закладений батьками образ морального обличчя людини, що призводить до кризи міжпоколінного зв'язку; перенаправляє акценти у наборі моральних якостей, нав'язує через телепередачі готові шаблони поведінки, які допомагають йому легше адаптуватися в нових соціальних реаліях молоді, знайти спільну мову з однолітками, яка в основному ведеться навколо обговорення цікавих тем із телепрограм, комп'ютерних ігор, гаджетів.

Інформаційне поле нового типу швидше всього вплинуло на молодь як на найбільш мобільну в культурному відношенні групу, що потрапила до того ж в ситуацію тотального розриву з цінностями попереднього покоління [3, с. 360-427].

При проведенні телетрансляції відбувається вплив на психіку за допомогою різних форм передачі інформації; одночасна участь органів зору та слуху активно впливають на підсвідомість, за рахунок чого досягається максимальний маніпулятивний ефект. Менш ніж за півгодини перегляду телевізійної передачі мозок починає вбирати будь-яку інформацію, яка надходить за допомогою телетрансляції. Згадаймо, один з принципів маніпуляції масами - навіювання. На цьому принципі ґрунтується дія телереклами. Тому нестійка, несформована дитяча психіка страждає в рази більше, аніж свідомість дорослої людини.

Тому, сьогодні, як ніколи, актуально стоять питання про вплив засобів масової інформації, і, в першу чергу - телебачення, на духовно-моральне виховання підлітків та відповідальність за формування сьогоденного морального обличчя підлітка.

Людина ХХІ століття живе в медіапросторі, яке складає його нове середовище існування. Засоби масової комунікації проникли у всі сфери життя. Телекомунікаційний простір став основним засобом виробництва сучасної культури, а не тільки «передавальним» механізмом [4, с. 70-75].

Найбільш сильний ефект телебачення, окрім його власне змістової сторони, - це сам факт його існування, зведення до мінімуму особистісні взаємодії всередині родини і співтовариств, його здатність звести сотні мільйонів громадян до рівня пасивних споживачів інформації протягом більшої частини їхнього життя.

Вплив телебачення на виховання дітей і підлітків не можна оцінити однозначно. З одного боку, через телебачення впроваджуються цінності й моделі поведінки санкціоновані або несанкціоновані суспільством. На сьогоднішній день переважають, на жаль, останні, адже комерціалізація телекомунікаційних каналів призводить до переваги на телеекранах і сторінках періодики великої кількості елементів насильства, сексуальних збочень, тощо. З іншого боку, поява нових

типів допомагає молоді як в заняттях, так і в розширенні кругозору, відкриваючи абсолютно нові горизонти знання [5, с. 136-147].

Константою є те, що телекомунікаційний простір відіграє значну роль у житті підлітка, причому функції, які він виконує, різноманітні і саме він несе відповідальність за формування морального обличчя підлітка.

Список використаних джерел

1. Амджадін Л. Трансформаційні зміни інституту сім'ї та шлюбних відносин в українському суспільстві: гендерний аналіз // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2007. - № 3. – 175 с.
2. Горностаєв П. П. Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності // Основи теорії гендеру: Навч. посіб. - К., 2004. – 256 с.
3. Мертон Р. Вклад в теорію референтно-групового поведіння // Р. Мертон Соціальна теорія і соціальна структура. - М., 2006. – 527 с.
4. Ядов В. А. Личность как предмет изучения // Социальная психология в трудах отечественных психологов. - СПб., 2000. - 185 с.
5. Парсонс Т. Прологомени к теории социальных институтов // Человек и общество: Хрестоматия. - К., 1999. – 248 с.

Талтанова Олександра Євгенівна
студентка 4 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Демченко Олена Вікторівна

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Інформаційне суспільство – це своєрідний суспільний організм, що формується нині в багатьох розвинених країнах і в основі якого лежить раціональне використання інформатики та інформації в усіх основних сферах життя [1, с.25]. Іншими словами інформаційне суспільство – ступінь розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства.

Люди, які мають засоби і можливості для участі в такому суспільстві, отримують певні додаткові вигоди, порівняно з тими, хто таких можливостей або засобів не має.

Нові інформаційні технології відкривають наступну сторінку в розвитку науки і життя суспільства в цілому.

Технологія щодо соціальних процесів і явищ – це сукупність, система засобів організації та впорядкування доцільної практичної діяльності відповідно до мети, специфіки і навіть логіки процесу перетворення і трансформації того чи іншого об'єкта. Створення і використання технологій дає визначену гарантію оптимізації, раціоналізації та передбачуваності процесу діяльності, гарантію одержання заданих властивостей та якостей, заради яких сама технологія в цьому випадку і застосовується.

Соціальні технології в широкому сенсі слова – це особлива галузь наукового знання, яке ставить і обґрунтовує питання про те, яким чином і в якій послідовності можливі специфічні операції з результатами пізнавальної діяльності. Соціальна технологія – це елемент людської культури, вона виникає двома шляхами: або «виростає» в культурі еволюційно, або будується за її законами як штучне утворення.

У наш час спостерігається швидкий розвиток соціальних технологій в інформаційному суспільстві. Поступове впровадження нових соціальних технологій, які можна віднести до технологій інформаційного суспільства, наприклад Інтернет, в даний час починає все істотним чином впливати на різноманітні сфери суспільства, причому цей вплив може ініціюватися структурами і силами різної політичної, соціальної і релігійної спрямованостей.

Список використаних джерел

1. Соціальна філософія: Короткий енциклопедичний словник / заг. ред. і уклад. : В.П. Андрущенко, М. І. Горлач – К.,; Харків, 1997р. – 245 с.

Скорина Оксана Іванівна
студентка 3 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Орехова Ірина Іванівна

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУСПІЛЬСТВІ

Інформатизація є результатом і формою вираження науково-технічного прогресу останнього сторіччя, і, як будь-який етап подібного розвитку, вона має дві сторони. Одна з них суцільно технічна, що проявляється в поширенні інформаційної техніки й інформаційних технологій, інша – соціальна, що виявляє себе у впливі на суспільні процеси й на спосіб життя окремих людей.

Еволюція сучасного суспільства, що супроводжується корінними соціальними перетвореннями, відбувається в напрямі того типу соціуму, який визначається поняттям «інформаційне суспільство».

Інтерес до соціальних технологій, технологізації соціальної діяльності можна вважати закономірною складовою частиною технологічної революції, яка глибоко перетворила і продовжує перетворювати світ.

Соціальні технології - це система знань про оптимальні способи перетворення і регулювання соціальних відносин і процесів у життєдіяльності людей, а також сама практика алгоритмічного застосування оптимальних способів перетворення і регулювання соціальних відносин і процесів [2, с. 11].

Освоєння технологій, заснованих на новітніх досягненнях науки і техніки, вимагає високого рівня знань. Крім того, впровадження соціальних технологій вимагає дотримання ще й інших умов:

1. Будь-яка технологія має свої головні, ключові операції, реалізація яких і буде визначати успіх в цілому.
2. Активність ядра впровадження (наприклад, працівників служби соціального розвитку).

3. Вміння переборювати і вирішувати конфлікти, що виникли у ході реалізації технологічних операцій (це може бути небажання посадових осіб змінити свій стиль управління, віднайти нові підходи у роботі з персоналом, що викликані внутрішньою потребою технологізації соціальних процесів).

4. Врахування моральних засад соціальних технологій: вони не повинні перетворюватися на маніпулювання людьми.

5. Поєднання раціонального і ситуаційного підходів до процесу впровадження [1, с. 35].

У 70-і роки ХХ століття було особливо багато видано наукових робіт, присвячених осмисленню як самого соціального планування, так і соціальних проблем, які воно покликане було вирішувати, ефективності праці, плинності кадрів, умов праці, соціальної структури, матеріального добробуту, способу життя, задоволеності працею. Соціальне планування історично передувало появі поняття «соціальні технології» [2, с. 15].

П.А. Сорокін запропонував свій спосіб поліпшення та реконструкції соціальної організації - своєрідну технологію соціальних перетворень, засновану на чотирьох головних принципах, які не втратили актуальність і до цього дня: - реформи не повинні протистояти людській природі і суперечити її базовим інстинктам; - ретельне наукове дослідження конкретних соціальних умов має передувати будь-якої практичної реалізації реформування; - кожен реконструктивний експеримент спочатку слід тестувати на малому соціальному матеріалі, і лише в тому випадку, якщо будуть отримані позитивні результати, масштаби реформ можуть бути збільшені; - реформи повинні проводитися в життя правовими та конституційними засобами. [3, с. 63].

У розробці та впровадженні соціальних технологій застосовуються різноманітні методики: схеми потоків, матричні методи, таблиці рішень і зіставлень, евристичні методи. Застосування соціальних технологій у подібній інтерпретації досить широке, однак це не єдиний спосіб цілеспрямованого впливу на соціальний об'єкт.

Отже, будь-яка соціальна технологія використовується адресно і супроводжується тими чи іншими нюансами. Вона не може бути спроектована чи застосована без врахування як об'єктів, так і суб'єктів соціальної дійсності. Важливим чинником багатоманітності соціальних технологій є різний рівень кваліфікації, професіоналізму, досвіду, якими повинні володіти розробники і виконавці соціальних технологій. Недосконалість і недостатність розроблення методології соціальних технологій, на відміну від досягнень у сфері матеріального виробництва, стримує розвиток суспільства і особливо проявляється формування політичної і соціально - економічної сфер життя.

Список використаних джерел

1. Дмитрієва Л. Державна сімейна політика і громадянське суспільство / Л. Дмитрієва. – К. : Главник, 2006. – 256 с.
2. Соціальна робота і соціальні технології: Матеріали методологічного семінару/ Т.В. Шеляг. - М.: Інститут соціальної роботи Асоціації працівників соціальних служб, 1995. – 157 с.
3. Овчаров А.О. Вплив соціально- психологічних технологій на соціальне середовище / Овчаров А.О. // Соціальна психологія.– 2008. – 234 с.

Варакіна Ольга Сергіївна
Студентка 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м.Київ
Науковий керівник
Орехова Ірина Іванівна

СУСПІЛЬСТВО НОВОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗРАЗКА

Сьогодні світ переживає нову могутню революцію, здатну принципово змінити життя людей — їх роботу, дозвілля, способи об'єднання в співтовариства і навіть ставлення до самих себе. На відміну від попередніх технологічних революцій, заснованих на матерії і енергії, ця фундаментальна зміна зачіпає наше розуміння часу, простору, відстані і знання. В основі інформаційної революції лежить вибуховий розвиток інформаційних технологій (ІТ), різноманітність і можливість вживання яких лімітовані лише винахідливістю самої людини. Сьогодні стала очевидною перевага інформаційної складової діяльності людей над всіма іншими її формами і компонентами [1, с.22].

Інформаційне суспільство вносить істотні якісні зміни і в методологію сучасної освіти: знання формують основу для реалізації потреб освіти і складають один з найважливіших виробничих чинників. В інформаційному суспільстві економіка країни зазнає зміни і трансформується в економіку, засновану на інформації і знаннях, інтелектуальних інформаційних технологіях, і підтримується всесторонньо розвиненою людиною. Ці тенденції в економіці вимагають нових видів освіти, етичної компетентності і інфраструктури, що підтримує процес постійного вдосконалення знань і умінь.

Термін «Інформаційне суспільство» було прийнято використовувати щодо нової світової спільноти, яка базується на інформації [2, с.52].

Проведемо аналіз використання інформаційних систем і технологій у державному управлінні та публічному адмініструванні й тенденцій їхнього розвитку в умовах інформаційного суспільства у зв'язку зі спеціалізованою підготовкою магістрів.

Найбільше розповсюдження в управлінні економічною діяльністю підприємств в Україні отримали програмні комплекси чотирьох компаній: Галактика, 1С, Парус та Інтелект-Сервіс.

Дані компанії постійно вдосконалюють програмні комплекси, розробляють їх усе більш доступними та ефективними для автоматизації підприємств. Кожна компанія, прагнучи до більш успішного їх запровадження на ринку України, пропонує комплекс як універсальних, так і спеціалізованих програмних продуктів. Крім того, конкретні реалізації таких продуктів істотно відрізняються один від одного кількістю розв'язуваних завдань, способами їхнього рішення, механізмами настроювання на специфіку конкретних підприємств та охопленням галузевих особливостей економіки.

Так, реалізація системи "Галактика" заснована на виділенні семи основних взаємозалежних контурів у системі управління підприємством, орієнтованих на реалізацію процесів: прогнозування й планування, обліку й контролю усього управлінського циклу [3, с.12].

Кінцевою метою вивчення даного комплексу є вдосконалення процесів прийняття раціональних управлінських рішень та оцінка ефекту від автоматизації управлінських технологій.

Втіленням наукової думки є система програм ІС: Підприємство, яка включає технологічну платформу і набір побудованих на її основі додатків для управління господарської діяльністю підприємств.

Список використаних джерел

1. Гор А. Земля на шальках терезів: У пошуках новою спільною ідеї // Нова постіндустріальна хвиля у країнах: Антологія / Під ред. в.Л. Иноземцева. – М., 1999. – 128 с.
2. Лещев С.В. Коммуникативное, отже комунікаційне. – М., 2002. – 254 с.
3. Розенау Дж. Світова політика рухається: Теорія змін наступності: Реферат. / ІНІСН. – М., 1992. – 23 с.

Саленко Єгор Борисович
студент 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Орехова Ірина Іванівна

ДОРОГА В МАЙБУТНЄ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ

Сьогодні ми всі вирушаємо в новий великий шлях. Ніхто не знає напевно, куди ми потрапимо на цей раз, але я впевнений, що ця революція торкнеться ще більшої кількості людей і просуне суспільство набагато далі. Кардинальні зміни відбудуться насамперед у спілкуванні людей. Вигоди і проблеми, які обіцяє прийдешня революція в галузі зв'язку, очевидно, виявляться грандіозніше тих, що принесла з собою ера персональних комп'ютерів. Для недосліджених земель надійних карт немає, але ми можемо витягти важливі уроки з становлення і розвитку індустрії персональних комп'ютерів, сумарний оборот якої досяг сьогодні 120 мільярдів доларів. Персональні комп'ютери та їх обладнання, ділові додатки, оперативні служби, Internet, електронна пошта, мультимедійні продукти, авторські інструментальні засоби, ігри - все це послужить фундаментом для наступної революції.

Поки індустрія персональних комп'ютерів перебувала в дитинстві, засоби масової інформації практично не звертали уваги на те, що відбувалося в цій абсолютно новій галузі. Люди, захоплені комп'ютерами та можливостями, які вони відкривали, залишалися невідомі за межами свого кола і явно не сприймалися всерйоз.

Але майбутня дорога - до так званої інформаційної мережі - тепер вже предмет нескінченних газетних і журнальних статей, радіо- і телепередач, наукових конференцій та неосвічених спекуляцій. В останні кілька років до цієї теми проявляють неймовірний інтерес різні люди - зайняті в комп'ютерній індустрії і непричетні до неї. До речі, це відноситься не тільки до розвинених

країн, а й до таких, які не входять у величезну армію користувачів персональних комп'ютерів.

Тисячі інформованих (і неінформованих) людей тепер публічно розмірковують на тему «інформаційної мережі». І мене вражає повне нерозуміння цієї технології і її можливих недоліків. Одні вважають, що мережа - це всього лише сьогоднішній Internet або відразу 500 каналів по телебаченню. Інші сподіваються (або побоюються), що прогрес призведе до появи комп'ютерів з інтелектом на рівні людського. Коли-небудь так і буде, але до інформаційної мережі все це не має ніякого відношення.

Революція в галузі зв'язку тільки починається. Вона розтягнеться на кілька десятиліть, і її рушійною силою стануть нові «додатки» - нові інструменти, що відповідають тим потребам, які зараз важко навіть уявити. Протягом наступних кількох років урядам, компаніям і окремим особам доведеться прийняти ряд великих рішень. Ці рішення визначать і саме будівництво інформаційної мережі, і в кінцевому рахунку - вигоду від неї. Дуже важливо, щоб в дискусіях про майбутнє комп'ютерної технології брало участь широке коло людей, а не тільки ті, хто до неї причетний. І якщо цього вдасться досягти, мережа буде такою, якою її хочуть бачити користувачі. Тільки тоді вона отримає широке визнання і стане реальністю.

Адже сьогодні ми всі сміємося над минулими передбаченнями, які на перевірку виявилися не більше ніж наївними фантазіями. Перегорніть старі підшивки журналу Popular Science і почитайте про комфортабельному сімейному вертольоті або про ядерної енергії - «такої дешевої, що її витрата ніхто не буде вимірювати». Історія повна подібних курйозів: оксфордський професор, в 1878 році вважав електрику шарлатанством; представник американської патентної служби, в 1899 році запропонував закрити її, оскільки «все, що можна було винайти, вже винайдено»[1].

Список використаних джерел

1. Гейтс Билл. Дорога в будущее / Б. Гейтс – 1995. – 532 с.

Талан Олексій Олексійович
студент 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Орехова Ірина Іванівна

СУСПІЛЬСТВО СОЦІАЛЬНОЇ ЄДНОСТІ

В наш час світ переживає нову могутню революцію в ІТ, здатну принципово змінити життя людей — їх роботу, дозвілля, способи об'єднання в співтовариства і навіть ставлення до самих себе. На відміну від попередніх технологічних рушійних сил, заснованих на матерії і енергії, ця фундаментальна зміна зачіпає наше розуміння часу, простору, відстані і знання. В основі інформаційного прогресу лежить вибуховий розвиток інформаційних технологій (ІТ), різноманітність і можливість вживання яких лімітовані лише

винахідливістю самої людини. Сьогодні стала очевидною перевага інформаційної складової діяльності людей над всіма іншими її формами і компонентами.

Одним з головних пріоритетів України, визначених Законом України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки", є прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, в якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному і особистому розвитку та підвищуючи якість життя.

Інформація та технології комунікацій є інструментами і для збільшення соціальної єдності та гармонізації життя людини і суспільства. Наприклад, нові товари й послуги забезпечують літнім людям можливість більш тривалого автономного, але безпечного й захищеного життя.

Нові парадигми в сфері охорони здоров'я створюють людину, що свідомо піклується про своє здоров'я, передбачають безперервний моніторинг, персональні системи охорони здоров'я тощо. Те саме стосується докільця (з'являється парадигма сталого розвитку) та транспорту ("мобільне суспільство" та "глобальне підключення").

Щодо публічного адміністрування, то інформатизація означає прямий доступ населення й підприємств до інформації, до систем послуг адміністративних органів країни, регіону, міста, району, до демократичних інститутів суспільства ("онлайнова демократія"). Тобто, створення свого роду "онлайнного уряду". Фактично, Інформаційне суспільство – одна з небагатьох суспільних систем, де соціальна справедливість і економічні інтереси можуть іти рука об руку. Інформаційне суспільство визначається як ступінь в розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанням долі інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору, який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх соціальних і особистісних потреб в інформаційних продуктах і послугах.

Інформаційне суспільство базується на інформаційних технологіях, «інтелектуальних» комп'ютерах, автоматизації та роботизації всіх сфер і галузей економіки та управління, єдиній найновішій інтегрованій системі зв'язку. Це забезпечує кожній особі доступ до будь-якої інформації і знань та зумовлює радикальні зміни в усій системі суспільних відносин [1].

Список використаних джерел

1. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Создание новой цивилизации. Политика третьей волны. За: Alvinand Heidi Toffler. Creating a New Civilization. The Politicsof the Third Wave. – Atlanta, 1995 - <http://www.freenet.bishkek.su/jornal/n5/JRNAL511.htm>

Барішовець Мирослава Геннадіївна
студентка 5 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Орехова Ірина Іванівна .

СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО

Сучасний етап розвитку світової цивілізації визначається як перехід від індустріального суспільства до інформаційного, появу якого пов'язують з інформаційною революцією, розвитком інформаційних технологій, що радикально змінюють суспільне життя. Цей перехід відбувається нерівномірно, що обумовлюється і національною специфікою, і станом розвитку світового співтовариства. Поняття «інформаційне суспільство» було введено в науковий обіг на початку 60-х років майже одночасно у США – Ф. Махлупом у Японії – Т. Умесао.

Інформаційне суспільство – соціальна й футурологічна концепція, де основним фактором суспільного розвитку є виробництво й використання науково-технічної та іншої інформації.

У словнику з соціології інформаційне суспільство — трактується як поняття модернізаційної парадигми філософії історії і соціальних дисциплін, згідно якої будь-яке суспільство проходить три стадії розвитку: аграрну (доіндустріальну), сучасну (індустріальну), постсучасну (інформаційну), де інформаційне суспільство розглядається як якісно новий період в розвитку цивілізації [1, с. 36].

В цілому, визначення інформаційного суспільства можна звести до того, що це суспільство, яке базується на інформації, де інформація, знання та технологічні системи, які детермінують інформаційну революцію, виступають основними характеристиками нового суспільства, яке радикально відрізняється від попереднього етапу розвитку цивілізації.

Інформаційне суспільство – одна з теоретичних моделей, що використовуються для опису якісно нового етапу суспільного розвитку, в який вступили розвинені країни з початком інформаційно-комп'ютерної революції .

Технологічною основою суспільства стають не індустріальні, а інформаційно-комунікаційні технології.

Вважається, що інформаційне суспільство – це суспільство, в якому:

Інформація стає головним економічним ресурсом, а інформаційний сектор виходить на перше місце за темпами розвитку;

Основною формою власності стає інтелектуальна власність, важливого значення набуває людський капітал;

Інформація стає предметом масового споживання (з'являються нові критерії оцінки рівня розвитку суспільства – кількість комп'ютерів, кількість підключень до Інтернету , кількість мобільних і стаціонарних телефонів та ін), поступово виробляються правові основи функціонування інформаційного суспільства;

Формується єдина інтегрована інформаційна система на основі технологічної конвергенції (злиття телекомунікаційної, комп'ютерно-електронної, аудіовізуальної техніки), створюються єдині національні інформаційні системи [2].

На думку Д. Лайона, інформаційне суспільство є новою фазою в історичному розвитку передових країн. Процес «інформатизації» не залишає недоторканою жодну сферу суспільної діяльності: від повсякденного життя до міжнародних відносин та від сфер дозвілля до виробничих відносин. Те, що політичні рішення можуть бути комп'ютеризовані, стає фактом.

Інформаційне суспільство як соціологічна концепція, де основним фактором суспільного розвитку є виробництво та використання науково-технічної та іншої інформації, виникає у 80-ті роки у зв'язку з мікроелектронною революцією. Основу теорії інформаційного суспільства заклали Д. Белл, Т. Стоуньєр, А. Турен, У. Дайзард, А. Тоффлер. Саме вони у своїх працях у 1970 – 80 роках окреслили основні риси концепції інформаційного суспільства, яка змінила концепцію індустріального та постіндустріального суспільства. Вона базується на передумовах того, що інформатика та інформаційна технологія виступають засобом зміни соціальної структури суспільства, продуктивних сил й утворення цілісної індустрії інформації. 80 Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні

Вступ людства в інформаційну еру Д. Белл вважає найважливішою ознакою постіндустріального суспільства. Зміни, тобто революція, в організації та обробці інформації та знань, в якій головну роль відіграє комп'ютер, відбувається водночас з розвитком індустріального суспільства. Визначається три аспекти інформаційного суспільства особливо необхідних для розуміння телекомунікаційної революції: перехід від постіндустріального суспільства до сервісного суспільства; вирішальне значення кодифікованого теоретичного знання для здійснення технологічних інновацій; перетворення нової «інтелектуальної технології» у ключовий інструмент системного аналізу та теорії прийняття рішень [1, с.78].

Список використаних джерел

1. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл ; [перев. Ю. В.Никуличева] // Новая технократическая волна на Западе. [под ред. П. С. Гуревича]. — М. : Прогресс, 1988. — 330 с.
2. Згуровський М. Шлях до інформаційного суспільства – від Женеви до Тунісу / М.Згуровський // Дзеркало тижня. — 2005. — 9 вересня.

Ханіна Тетяна Олександрівна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Лобань Ольга Олександрівна

ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАВОВІДНОСИНИ

Сьогодні як ніколи життя людини тісно пов'язане з інформацією. Усе більшого поширення набувають такі поняття як „інформаційна безпека”, „інформаційна політика”, „правовий захист інформації”, „відносини з приводу інформації”, „інформаційне забезпечення” тощо. В умовах побудови правової

держави інформація, як важливий ресурс суспільства, набуває все більшого значення. Тому дослідження інформації як правової категорії, і, зокрема, визначення цього поняття, його місця в праві, є досить актуальним і викликає серйозну зацікавленість.

Законодавче закріплення поняття категорії „інформація” здійснюється у ст. 1 Закону України „Про інформацію” № 2657-ХІІ від 2 жовтня 1992 р.[1]. Особливості інформації як об'єкта правового регулювання, спонукають до вивчення правовідносин, що виникають щодо інформації

Інформаційні правовідносини поділяються на активні інформаційні дії, пасивні інформаційні дії, посередницьку інформаційно-правову роботу, допоміжні інформаційні дії, а також на організаційні майнові і немайнові правовідносини. У цьому аспекті підставами виникнення інформаційних правовідносин можуть виступати положення конституційних актів, законів, договорів або угод, заподіяння шкоди або збитку .

В цілому суть інформаційно-правових відносин у суспільстві можна охарактеризувати таким чином:

по-перше, інформаційні правовідносини визначаються об'єктивними політико-економічними відносинами, заснованими на різноманітні форм власності, у тому числі на інформацію і інформаційні технології, і є суспільними відносинами вільних громадян, засобів масової інформації, підприємств, фірм, інших суб'єктів права;

по-друге, інформаційні правовідносини - це відносини між громадянами, ЗМІ, державними органами тощо, врегульовані нормами інформаційного законодавства, які відображають положення інформаційного права;

по-третє, інформаційні правовідносини є засобом вирішення задач в області формування єдиного інформаційно-правового простору країни, захисту прав і основоположних свобод, інформаційного обміну, зміцнення інформаційної безпеки та ін.

Інформаційні правовідносини мають особливості своєї структури і складаються з наступних основних компонентів:

- суб'єктів інформаційних правовідносин;
- об'єктів інформаційних правовідносин;
- суб'єктивні інформаційні права та обов'язки.

Кожен з зазначених елементів має свої особливості, які з одного боку обумовлені специфікою предмету та об'єкту інформаційних правовідносин , а з іншого – є результатом діяльності їх суб'єктів: виробників, власників та споживачів інформації .

Список використаних джерел

1. Закон України "Про інформацію"// Відомості Верховної Ради України.
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Офіційний Вісник України. – 2001. – №11.

Сільченко Аліна Володимирівна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Лобань Ольга.Олександрівна

ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ЛЮДИНИ

Гарантії прав і свобод людини щодо інформаційної сфери належать до найважливіших засад формування правової держави та громадянського та інформаційного суспільства. Ці права включені і до дієвого механізму державного управління в демократичному суспільстві. Визнання та гарантування інформаційних прав забезпечує захист прав і свобод людини в інформаційній сфері - одну з найважливіших цілей інформаційної безпеки, а саму людину робить найголовнішим її об'єктом.

Конституція України надає людині як об'єкту безпеки особливого статусу, встановлюючи формулу відносин між особою та державою за формою держава для людини, а не навпаки, як це дуже часто було на протязі історії людства. Згідно ст. 3 Конституції України [1] людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Підкреслюється, що права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави, а їх утвердження і забезпечення є головним обов'язком держави.

Інформаційна безпека людини є важливим фактором, що визначає не лише умови існування конкретного індивіда, але й таким, що багато в чому визначає долю політичного устрою держави. Адже права і свободи людини в сфері інформації є ключовими інститутами як громадянського, так й інформаційного суспільства, правової, демократичної держави. Реалізація прав на інформацію, свободу слова є найважливішим механізмом захисту прав людини.

Ще одним правовим механізмом захисту інформаційних прав є судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації; право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законом та ін.

Але, нажаль, дотримання соціальних і економічних прав не завжди може бути забезпеченим виключно судовою гілкою влади, як це передбачено нормами ст. 55 Конституції України [1]. А це, в свою чергу, веде до ситуації, коли закріплені в Конституції права людини порушуються, а механізм їх забезпечення не діє. Одночасно безкарне, можливо незначне зі сторонньої точки зору, порушення бодай одного конституційного права може тягти за собою більш значні та фатальні порушення інших прав.

Якщо ми говоримо про певні вади самої конституційної системи забезпечення прав і свобод людини, а саме - про недостатність судових механізмів, то слід пам'ятати, що суди лише захищають виконання закону, а безпосереднє виконання їх норм покладено на органи виконавчої влади та на

Президента України, який згідно зі ст. 102 Конституції є гарантом додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина. Однак саме органи виконавчої влади і є суб'єктом названих порушень та причиною недієвості механізму забезпечення прав і свобод людини. Виникає парадоксальна ситуація, коли орган державної влади, який покликаний бути гарантом прав і свобод людини, сам перешкоджає їх реалізації. Таким чином за наявних умов найбільшою загрозою національній безпеці України в аспекті безпеки людини є сама система державної влади, передусім, органи виконавчої влади та президентські структури.

Разом з тим було наголошено на необхідності ліквідації прогалів у законодавчому регулюванні відповідних суспільних відносин.

Список використаних джерел

1. Конституція України від 28 червня 1996 року // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.10 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 34.
3. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.11 р. // Офіційний вісник України. – 2011. – № 10.
4. Карпачова Н. І. Європейська конвенція з прав і основних свобод людини в українському законодавстві // Віче. — 1998. — № 10. — С. 43–47.

Макарова Віта Анатоліївна
Студентка 2 курсу ННІМП
Державного університету
телекомунікацій, м. Київ
Науковий керівник
Лобань Ольга.Олександрівна

ЗАХИСТ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ

В силу широкого використання автоматизованих систем та відповідних технологій, інформація про будь-яку особу може стати тією чи іншою мірою відкритою і призвести до порушення її прав та законних інтересів, заподіяння матеріальної або моральної шкоди. Вказане зумовлює необхідність належного правового регулювання відносин, пов'язаних із охороною і захистом цієї інформації особистого характеру про фізичну особу.

Дослідженню означеного кола питань приділяється увага такими українськими науковцями, як: В. М. Брижко, Ю. Гелич, О. А. Дмитренко, М. Гуцалюк, Р. Майданик, А. Пазюк, В. Цимбалюк, А. М. Чернобай, М. Швець, а також російськими дослідниками: Н. Ковалевою, В. Копиловим, М. Рассоловим та ін.

Дослідження інституту захисту інформації про фізичну особу (персональні дані) слід почати із з'ясування поняття такого правового явища як інформацію про фізичну особу (персональні дані), визначення кола суспільних відносин, в якому він отримує своє застосування, специфіки відповідної правової регламентації цих відносин.

Закон України «Про інформацію» [1] у ст. 11 закріплює, що інформація про фізичну особу (персональні дані) – це відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована. Фактично поняття інформації про особу ототожнюється у ст. 2 Ч. 2 ст. 11 Закону України «Про інформацію» надає перелік відомостей, які відносяться до персональних даних фізичної особи - це дані про її національність, освіту, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження. Закон України «Про захист персональних даних» [2] більш деталізує це поняття.

Сьогодні інститут захисту інформації про фізичну особу перебуває в стадії свого активного розвитку. Вагоме значення цьому процесу надає його законодавче закріплення.

Так, Законом України «Про захист персональних даних» [2] закріплені вимоги щодо збирання та доповнення, накопичення та зберігання персональних даних, їх поширення та обробки, зміни, видалення та знищення, а також доступу до них.

Контроль за дотриманням законодавства про захист персональних даних у межах повноважень, передбачених законодавством, здійснюють такі суб'єкти:

- 1) Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини у сфері захисту персональних даних ;
- 2) Державна служба України з питань захисту персональних даних;
- 3) структурний підрозділ або відповідальна особа, що організовує роботу, пов'язану із захистом персональних даних при їх обробці в органах державної влади, органах місцевого самоврядування.

Володільці, розпорядники персональних даних та треті особи зобов'язані забезпечити захист цих даних від випадкових втрати або знищення, від незаконної обробки, у тому числі незаконного знищення чи доступу до персональних даних.

Фізичні особи - підприємці, у тому числі лікарі, які мають відповідну ліцензію, адвокати, нотаріуси особисто забезпечують захист персональних даних, якими вони володіють, згідно з вимогами закону.

Список використаних джерел

1. Конституція України від 28 червня 1996 року // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.

2. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.10 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 34.

3. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992р.// Відомості Верховної Ради України – 1992.- N 48