

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

О. Г. Романовський, Л. М. Грень, О. В. Грибко,
М. К. Чеботарьов

**ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
КЕРІВНИКА СОЦІАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Методичні вказівки

для студентів усіх форм навчання
спеціальності «Соціальне забезпечення»

Затверджено
редакційно-видавничою
радою НТУ «ХПІ»,
протокол № 1 від 16.02.2023 р.

Харків
НТУ «ХПІ»
2023

УДК 342.9:304:004

Рецензенти:

*Д. А. Терещенко, доктор наук державного управління, професор,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

*В. О. Шведун, доктор наук державного управління, професор,
Національний університет цивільного захисту України*

Рекомендовано вченою радою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» як навчальне видання для студентів неекономічних спеціальностей, протокол № 1 від 16.02. 2023 р.

Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу: методичні вказівки для студентів усіх форм навчання зі спеціальності 232 «Соціальне забезпечення» / О. Г. Романовський, Л. М. Грень, О. В. Грибко, М. К. Чеботарьов. Харків: НТУ «ХПІ». 2023. 108 с.

Навчальне видання призначено для підготовки до занять з курсу «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу» та активізації самостійної роботи магістрів вищих закладів освіти спеціальності 232 «Соціальне забезпечення». Методичні вказівки складаються з інформативної частини – викладу питань, сконцентрованих на базових категоріях і поняттях, практичних питань для обговорення на семінарських заняттях і практичних завданнях для підготовки до них. Представлено завдання для самостійної роботи, а також питання до іспиту та рекомендовані джерела інформації до вивчення курсу.

Призначено для магістрів НТУ «ХПІ» спеціальності 232 «Соціальне забезпечення».

УДК .342.9:304:004

© О. Г. Романовський,

Л. М. Грень, О. В. Грибко, М. К. Чеботарьов, 2023.

ЗМІСТ

Передмова	4
Структура навчальної дисципліни.....	5
Короткий опис лекційного матеріалу.....	10
Тема 1. Вступ. Понятійний апарат. Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності	10
Тема 2. Теоретичні основи інформаційно-аналітичної діяльності. Методи аналітики, їхня універсальність у процесі пізнання.....	14
Тема 3. Інформаційна аналітика як засіб одержання знань.....	26
Тема 4. Система законодавчого забезпечення інформаційно-аналітичної діяльності в Україні. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації	33
Тема 5. Інформаційно-аналітичний процес: суть, принципи, інструментарій.....	43
Тема 6. Інформаційно-аналітична робота як процес творчого мислення.....	47
Тема 7. Нові інформаційні технології та інформаційна політика.....	50
Тема 8. Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності	54
Тема 9. Планування інформаційно-аналітичної діяльності в організації.....	62
Тема 10. Маркетингові дослідження та маркетингові комунікації в інформаційно-аналітичній діяльності	64
Тема 11. Інформаційно-аналітична діяльність в малому та середньому бізнесі.....	72
Тема 12. Інформаційні технології формування іміджу держави.....	75
Тема 13. Інформаційна культура та її роль в удосконаленні інформаційної діяльності.....	78
Тема 14. Перспективи та проблеми розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в Україні.....	81
Методи навчання.....	86
Методичні вказівки до практичних занять.....	87
Методичні вказівки з організації самостійної роботи студентів.....	93
Методичні вказівки до виконання контрольних робіт магістрами заочної форми навчання.....	93

Питання до іспиту з курсу «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу»	101
Методи контролю.....	104
Навчально-методичне забезпечення навчальної дисципліни.....	106

ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі інформація є стратегічним національним ресурсом, який виконує дедалі важливішу функцію у системі управління. За науковими висновками, рівень інформаційного забезпечення потреб суспільства і держави значною мірою впливає на загальний розвиток країни.

Метою викладання дисципліни є ознайомлення здобувачів з теоретичними та методологічними основами сучасної інформаційно-аналітичної діяльності, поглиблення знань у галузі прикладних досліджень інформаційної та інформаційно-аналітичної діяльності, методичних підходів до аналітичного опрацювання інформації з метою інформаційного забезпечення управління керівника соціального закладу.

Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах **результатів навчання** можна представити як уміння:

- критично оцінювати результати наукових досліджень і різні джерела знань щодо соціального забезпечення, формувати висновки та рекомендації щодо його впровадження (РН2);
- аналізувати ефективність реалізації соціально-економічної підтримки населення та здійснювати відповідну корекцію в межах напрямку діяльності (РН13);
- самостійно й автономно знаходити інформацію необхідну для розвитку професійних навичок та якостей (РН6);
- прогнозувати соціальний розвиток територіальної громади (ПРН5).

Під час вивчення дисципліни студент має

- отримати загальні знання про інформаційно-аналітичну діяльність, основні методи і методики інформаційно-аналітичної діяльності, застосування теоретичних та організаційно-правових основ інформаційно-аналітичної діяльності, види інформаційно-аналітичних документів; теоретичні знання аналізу діяльності підприємств, установ чи організацій, методики оціночної і прогностичної інформаційно-аналітичної діяльності;
- ознайомитися зі специфікою створення інформаційно-аналітичних продуктів та надання послуг аналітичного характеру, виконання інформаційно-аналітичної роботи за матеріалами засобів масової інформації та ресурсами Інтернет, організації роботи з інформаційно-пошуковими та інформаційно-довідковими системами та базами даних, що використовуються у професійній діяльності керівника соціального закладу;
- сформувати практичні навички організації інформаційно-аналітичної діяльності, вибирати інструментальні засоби для обробки інформації й обґрунтовувати свій вибір, здійснювати збір, аналіз, систематизацію, оцінку та інтерпретацію даних, необхідних для вирішення професійних завдань.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Порядковий №	Види навчальних Занять (Л; ЛЗ; ПЗ; С, М)	Кількість годин	Номери семестрів, найменування тем і питань кожного заняття. Завдання на самостійну роботу студентам	Інформаційно-методичне забезпечення
Змістовий модуль № 1 Сутність і інформаційно-аналітичної діяльності. Система її законодавчого забезпечення				
1.	Л	2	Вступ. Понятійний апарат. Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності <u>План:</u> 1.1. Мета, завдання, предмет навчальної дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу» та її специфіка. 1.2. Структура курсу «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу». Місце навчальної дисципліни в системі дисциплін документно-комунікаційного циклу. 1.3. Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності. 1.4. Короткий історичний огляд розвитку інформаційно-аналітичної діяльності. Найважливіші етапи. 1.5. Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
2.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять. Складання	
3.	Л	4	Теоретичні основи інформаційно-аналітичної діяльності. Методи аналітики, їхня універсальність у процесі пізнання	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність:

			<u>План:</u> 2.1. Актуальність, суть, основні принципи ІАД. 2.2. Цілі, об'єкт, предмет, суб'єкти ІАД. 2.3. Категоріально-понятійна система дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу». 2.4. Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика. 2.5. Основні методи аналітики. 2.6. Характеристика основних різновидів ІАД. 2.7. Параметри інформації. 2.8. Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ	навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
4.	ПЗ	2	Ділова гра	
5.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Есе до однієї сторінки про обраний етап розвитку соціальної політики	
6.	Л	2	Інформаційна аналітика як засіб одержання знань <u>План:</u> 3.1. Інформаційна аналітика як засіб одержання знань. 3.2. Види інформаційно-аналітичних робіт. 3.3. Методика написання аналітичної роботи. 3.4. Загальні ознаки роботи високої якості та типові помилки	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
7.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
8.	Л	2	Система законодавчого забезпечення інформаційноаналітичної діяльності в	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.

			Україні. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації <u>План:</u> 4.1. Нормативно-правове регулювання інформаційної сфери в Україні. 4.2. Закон України «Про інформацію» – базовий акт у системі регулювання інформаційних відносин. 4.3. Закон України «Про доступ до публічної інформації». 4.4. Інші нормативні акти стосовно інформаційно-аналітичної діяльності. 4.5. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». 4.4. Інформаційні потреби споживачів. 4.5. Сутність і структура інформаційного циклу. 4.6. Характеристики інформаційних потреб. 4.7. Методи вивчення інформаційних потреб	аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
9.	ПЗ	2	Обговорення теми	
10.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять. Побудова порівняльної таблиці	
11.	Л	2	Інформаційно-аналітичний процес: суть, принципи, інструментарій <u>План:</u> 5.1. Інформаційно-аналітичний процес: суть та принципи. 5.2. Головні фактори результативності роботи аналітика. 5.3. Етапи і порядок підготовки інформаційно-аналітичних документів. 5.4. Проблема «пастки часу» і засоби її подолання	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері
12.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Доповідь (до 5 хв.) про	

				посіб. К.: МАУП. 224с.
13.	Л	2	Інформаційно-аналітична робота як процес творчого мислення. <u>План:</u> 6.1. Інформаційна робота як процес творчого мислення керівника соціального закладу. 6.2. Оціночна діяльність і прогнозування в інформаційно-аналітичному процесі. 6.3. Інформаційне забезпечення управління	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет
14.	ПЗ	2	Ділова гра	«Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
15.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Есе до однієї сторінки про	
16.	Л	2	Нові інформаційні технології та інформаційна політика <u>План:</u> 4. Нові інформаційні технології обробки інформації. 5. WWW-технології в інформаційній сфері. 6. Інформаційні технології аналітичної обробки інформації. 7. Сучасні технології спільної роботи	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
17	ПЗ	2	Обговорення теми	1
18.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Побудова схеми соціального діалогу на конкретних прикладах	
Змістовий модуль № 2 Механізми реалізації інформаційно-аналітичної діяльності				
17.	Л	4	Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності <u>План:</u>	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-

			8.1. Ієрархічні рівні організації ІАД. 8.2. Специфіка організації інформаційних послуг в сфері управління. 8.3. Організація діяльності інформаційно-аналітичної служби. 8.4. Менеджмент кадрових ресурсів, фінансування та матеріально-технічна база організації як головні чинники успішної ІАД	аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
18.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять	
19.	Л	2	Планування інформаційно-аналітичної діяльності в організації <u>План:</u> 9.1. Необхідність планування ІАД. 9.2. Основні принципи планування. 9.3. Поточне і стратегічне планування. 9.4. Структура бізнес-планування.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
20.	ПЗ	2	Обговорення теми	
21.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Складання порівняльної таблиці моделей	
22.	Л	2	Маркетингові дослідження та маркетингові комунікації в інформаційно-аналітичній діяльності. <u>План:</u> 10.1. Теорія маркетингової комунікації. 10.2. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації. 10.3. Методи отримання й обробки маркетингової інформації. 10.4. Інтернет-маркетинг. 10.5. Електронна комерція.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері
23.	ПЗ	2	Ділова гра	

24.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Есе до двох сторінок про організацію	управління: Навч. посіб. К.: МАУП.
25.	Л	2	Інформаційно-аналітична діяльність в малому та середньому бізнесі <u>План:</u> 11.1. Поняття малого та середнього бізнесу. 11.2. Інформаційна складова малого та середнього бізнесу. 11.3. Принципи діагностики економічного стану підприємства. 11.4. Методика діагностики економічного стану.	224с Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
26.	СР	6	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Підготовка індивідуального завдання (тема вибирається зі списку)	управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
27.	Л	2	Інформаційні технології формування іміджу держави. <u>План:</u> 12.1. Поняття іміджу та його види. 12.2. Імідж України, його складові. 12.3. Технології формування іміджу. 12.4. Діяльність прес-служб. 12.5. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
28.	ПЗ	2	Презентація індивідуального завдання	інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
29.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Підготовка індивідуального завдання (тема вибирається зі списку)	
30.	Л	2	Інформаційна культура та її роль в удосконаленні інформаційної діяльності <u>План:</u> 13.1. Поняття інформаційної культури. 13.2. Поліфункціональність інформаційної культури, її функції.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб.

			13.3. Компоненти інформаційної культури. 13.4. Інформаційна культура в управлінській діяльності.	К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
31.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Підготовка індивідуального завдання (тема вибирається зі списку)	
32.	Л	2	Перспективи та проблеми розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в Україні <i>План:</i> 14.1. Сучасні інформаційні технології і Україна. 14.2. Проблеми розвитку ІАД в Україні. 14.3. Можливості подолання негативних явищ. 14.4. Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні і світі.	1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с. 2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
33.	ПЗ	2	Презентація індивідуального завдання	
34.	СР	4	Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Підготовка індивідуального завдання (тема вибирається зі списку)	
	Л	32		120
	ПЗ	16		
	СР	72		

КОРОТКИЙ ОПИС ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

ТЕМА 1. ВСТУП. ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ РІЗНОВИД ЛЮДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета, завдання, предмет навчальної дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу» та її специфіка. Структура курсу «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу».. Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності. Короткий історичний огляд розвитку інформаційно-аналітичної діяльності. Найважливіші етапи. Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин

Структура курсу "Інформаційно-аналітична діяльність": Модуль №1 *«Сутність, складові, методологія, принципи інформаційно-аналітичної діяльності»*. Модуль №2 *«Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності»*.

Інформація – це зміст повідомлення про сукупність явищ і подій, що представляють інтерес для зацікавлених осіб та організацій, підлягають реєстрації та обробці. Основна функція інформації – повідомлення суб'єкту про стан середовища, в якому проходить його життєдіяльність, у визначенні ступеня невизначеності тієї чи іншої ситуації. У найзагальнішому плані інформацію поділяють на масову (виконує функцію спілкування) і спеціальну (забезпечує процес створення матеріальних і нематеріальних благ). Ключові якісні характеристики інформації: цінність, точність, достовірність, повнота, коректність, оперативність. Кількісні характеристики інформації. Кількість інформації – це міра, що характеризує зменшення ступеня невизначеності ситуації після отримання певного повідомлення. Одиницями виміру кількості інформації є біти, байти, кілобайти, мегабайти тощо. Цими одиницями вимірюються й обсяги повідомлень взагалі.

Інформаційний простір (національний) – інформаційне середовище, в якому здійснюються інформаційні процеси та інформаційні відносини щодо створення, збирання, відображення, реєстрації, накопичення, збереження,

захисту і поширення інформації, інформаційних продуктів та інформаційних ресурсів, на яке розповсюджується юрисдикція держави.

Інформаційний продукт (продукція) - створена виробником сукупність документованої інформації, відомостей, даних і знань, яка призначена для забезпечення інформаційних потреб користувача.

Інформаційні ресурси – це весь обсяг знань, відчужених від їх творців, зафіксованих на матеріальних носіях і призначених для суспільного використання.

Інформаційна послуга – це отримання і надання в розпорядження користувача інформаційних продуктів.

Ринок інформаційних послуг — сукупність економічних, правових і організаційних відносин по продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг (ІПП), які складаються між їхніми постачальниками і споживачами.

Інформаційна безпека – складова національної безпеки, процес управління загрозами та небезпеками державними і недержавними інституціями, окремими громадянами, за якого забезпечується інформаційний суверенітет України;

Інформаційні відносини – відносини, які виникають у всіх сферах життя і діяльності людини, суспільства і держави при одержанні, використанні, поширенні та зберіганні інформації.

Інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави. Формально (юридично) визначення інформаційної діяльності було зроблено у Законі України. У Законі України «Про інформацію» (редакція від 13 січня 2011 року) було визначено, що основними видами інформаційної діяльності є: створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації.

В аналітичні інтерпретації до інформаційної діяльності можна включити діяльність людини, пов'язану з процесами отримання, перетворення, накопичення і передачі інформації.

Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид інтелектуальної, розумової діяльності людини, у процесі якої внаслідок певного алгоритму послідовних дій з пошуку, накопичення, зберігання, обробки, аналізу первинної інформації утворюється нова, вторинна аналітична інформація у формі аналітичної довідки, звіту, огляду, прогнозу тощо. В сучасних умовах специфіка інформаційно-аналітичної роботи полягає в забезпеченні особи, яка приймає рішення (управлінця), необхідною і достатньою кількістю аналітичної інформації для прийняття єдино правильного, ефективного в умовах непередбаченості і кризових явищ управлінського рішення. Таким чином, інформаційно-аналітична діяльність певною мірою убезпечує, захищає керівників, управлінців від ризиків, небезпек і викликів сьогодення, рекомендує те чи інше ефективне управлінське рішення, прогножуючи наперед наслідки його прийняття чи неприйняття, чи бездіяльності. При цьому вказуються як позитивні так і негативні. На думку вчених, *інформаційно-аналітична діяльність – це сукупність дій на основі концепцій, методів, засобів, нормативно методичних матеріалів для збору, накопичення, обробки та аналізу даних з метою обґрунтування та прийняття рішень.*

Аналітика – це розгалужена і складна система знань, складовими частинами якої є й інші науки: *логіка* (наука про закономірності правильного мислення), *методологія* (система принципів, методів і прийомів пізнавальної діяльності), *евристика* (наука, що відкриває нове в різних сферах життя), *інформатика* (наука про інформацію, способи її отримання, накопичення, обробки і передачі).

Причини бурхливого розвитку інформаційно-аналітичних_служб:

-систематичне об'єктивне зростання рухливості суспільних, економічних, політичних процесів в світовому масштабі з їх структуруванням, динамічним розвитком, але з непередбачливою поведінкою.

- в соціальному управлінні сучасна людина зіткнулася з проблемами, які потребують осмисленого вирішення. Ускладнення соціальних систем (а це – об'єктивний процес) веде до росту їх нестабільності, кризових явищ. Намагання уникнути втрат примушує управлінців шукати оптимальні рішення з мінімальними ризиками. Для цього їй необхідний всебічний аналіз ситуації з наступними висновками, що дозволить досягти бажаного результату;

- напружена динаміка росту соціальних процесів породжує величезні неконтрольовані, суперечливі потоки інформації, які потребують відповідного дослідження, аналізу, контролю, що без ефективних сучасних аналітичних технологій неможливо зробити;

- зростання конкуренції, а той конфронтації між державами за володіння зонами впливу, економічними важелями, природними ресурсами тощо. Аналітичні служби дозволяють приймати такі управлінські рішення, які убезпечують від конфліктів, контролюють та прогнозують кризові явища.

Інформаційно-аналітична діяльність в сучасному державном управлінні виконує такі важливі *функції*:

1. *Управлінська* – забезпечує інформацією всі етапи управлінської діяльності: підготовку, прийняття управлінських рішень, контроль за їх виконанням.
2. *Діагностична* – спрямована на отримання об'єктивної картини ситуації, що склалася, її діагностики.
3. *Застерігаюча* – виявляє проблеми, небезпеки, конфлікти, дозволяє їх уникнути.

4. *Пізнавально-ментальна* – сприяє зміні розуміння сутності явищ, зміні ментальності управлінців

Саме аналітична інформація є на сьогодні найціннішим продуктом на ринку інформації

Елементи аналітичної діяльності були відомі ще в сиву давнину. Засновником аналітики вважають знаменитого давньогрецького філософа Сократа (бл. 469 – 399 до н. е.), який виробив свій власний метод аналітичних роздумів. Суть його – в аналізі ситуації під час полемічного діалогу, яким майстерно володів філософ.

Вирішальну роль у виникненні аналітики зіграв *Арістотель* (384 – 322 до н. е.). В своїх книгах «Перша аналітика», «Друга аналітика» він вперше систематизував прийоми міркувань, зробив їх предметом наукових пошуків. Він відкрив закон тотожності, закон суперечності, закон виключення третього, діалектики індукції, дедукції і логічного синтезу, визначив категорії, мету, простір, час, рух, кількість і якість, форму і матерію, можливість і дійсність, необхідність і випадковість, особливе і загальне та інші глобальні питання.

Етапи технологічної трансформації у сфері оброблення та передавання інформації.

Перша революція пов'язана із винаходом писемності, що привело до гігантського якісного і кількісного стрибка. З'явилася можливість передавання знань від покоління до покоління.

Друга революція (середина XVI ст.) спричинена винаходом з книгодрукування, який радикально змінив індустріальне суспільство, культуру, організацію діяльності.

Третя революція (кінець XIX ст.) зумовлена винаходом електрики, завдяки якій з'явилися телеграф, телефон, радіо, які дають змогу оперативно передавати і нагромаджувати інформацію в будь-якому обсязі.

Четверта революція (70-і рр. XX ст.) пов'язана з винаходом мікропроцесорної технології і появою персонального комп'ютера. На мікропроцесорах та інтегральних схемах створюються комп'ютери, комп'ютерні мережі, системи передавання даних (інформаційні комунікації).

Цей період характеризують три фундаментальні інновації:

- перехід від механічних та електричних засобів перетворення інформації до електронних;
- мініатюризація всіх вузлів, пристроїв, приладів, машин;
- *створення програмно-керованих пристроїв і процесів.*

Остання, інформаційна революція (наприкінці 90-х років) почалась і набула найбільшого розвитку в комерційному підприємстві. Вона зумовила необхідність зміни погляду на сутність і призначення комерційного підприємства — його почали розглядати як механізм створення вартості та добробуту. У свою чергу, ця концепція висунула інше питання — для кого комерційне підприємство створює вартість і добробут, чим дала поштовх до розвитку корпоративного управління.

Історія формування інформаційно-аналітичних служб (ІАС) починається з середини XX ст. Вперше цей термін *think tanks* з'явився в США під час Другої Світової війни. Так тоді називали захищене від прослуховування місце (*tank*), де цивільні та військові експерти розробляли стратегії бойових дій. Вони також використовувались для розробок безпечного середовища для військових стратегічних органів.

Перші аналітичні структури виникли у США, Великій Британії та Німеччині на початку XX століття як реакція наукових та політичних кіл на зміни у сфері світової економіки та міжнародної безпеки. Провідні позиції США на світовій арені, переконаність політичної еліти цієї країни, що саме Америка несе відповідальність за міжнародний порядок, спонукали політиків і науковців шукати шляхів мирного розв'язання суперечливих питань у

взаємовідносинах різних держав, вироблення стратегій розвитку країни, захисту національних інтересів у світі, що динамічно змінюється. Однією з найстаріших think tanks є американський Фонд імені Р. Сейджа (Russell Sage Foundation), заснований 1907 року. Його головним завданням стало проведення наукових досліджень стосовно розвитку індустріального суспільства в США. Як відзначають дослідники, діяльність цієї організації сприяла розвитку громадянського суспільства в країні. Фонд взяв на себе завдання професійно сприяти подоланню соціальних негараздів у суспільстві.

Згідно із Законом України "Про інформацію" "джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом носії інформації: документи та інші носії інформації, які являють собою матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи". У свою чергу, "документ — це передбачена Законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом фіксації її на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носіїві" (Закон України "Про інформацію"). З поняттями "джерело інформації" та "документ" пов'язаний термін "носій інформації (даних)", який в науковій літературі визначається як матеріальний об'єкт, призначений для зберігання даних.

Таким чином, у системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності джерелом інформації є будь-який об'єкт, де нагромаджуються повідомлення, дані, що в подальшому використовуються суб'єктами інформаційних відносин (державними організаціями, посадовими та юридичними особами, громадянами), впливають на їхню поведінку.

Джерела інформації поділяються на друковані та недруковані або змішані та електронні.

ТЕМА 2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. МЕТОДИ АНАЛІТИКИ, ЇХНЯ УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ У ПРОЦЕСІ ПІЗНАННЯ

Актуальність, суть, основні принципи ІАД. Цілі, об'єкт, предмет, суб'єкти ІАД. Категоріально-понятійна система дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу». Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика. Основні методи аналітики. Характеристика основних різновидів ІАД. Параметри інформації. Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ.

Інформаційна аналітика виконує насамперед завдання якісно-змістовного перетворення первинної інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з *науковою* (виробництво нового знання) і *управлінською* (розробка варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю. Аналітик, спираючись на *інформаційні моделі* (відбитки в інформаційному просторі подій, фактів, дій, ідей, думок, почуттів людей, природних, соціальних, політичних, фінансових, економічних процесів і т.п.), виявляє в них об'єктивні закономірності і тенденції, визначає рушійні ними механізми, причинно-наслідкові зв'язки. У цьому змісті аналітик створює нове знання про той фрагмент реальності, що знаходиться в полі його професійного інтересу, виступаючи дослідником своєї предметної області.

Принципові розходження між аналітикою і наукою:

Науковий аналіз покликаний виявляти фундаментальні, об'єктивні закономірності досліджуваної області, що повторюються, істотні зв'язки об'єктів, узагальнені параметри процесів і т.п.

Інформаційна ж аналітика, спираючись на наукове знання, загальні закономірності, найчастіше має справу з реаліями буття, здійснюючи оцінку фактів і подій, прогнозуючи їхній розвиток з обліком не тільки узагальнених

типових параметрів, але і цілого спектра факторів, включаючи суб'єктивно-особистісні, випадкові впливи, а також свідомі акції конкурентів, протиборство інтересів, активне втручання соціальних технологій і т.п.

Інформаційно-аналітична діяльність є широкою і багатогранною сферою діяльності. Вона включає в себе підбір і систематизацію фактів щодо певного питання, їх оцінку, відбір, тлумачення, чітке й продумане викладення в усній або письмовій формі. Варто зазначити, що добування необхідних матеріалів, діяльність, пов'язана з придбанням, систематизацією, перекладом і поширенням книг та документів сюди не відноситься.

Головна мета аналітичної діяльності полягає в отриманні максимальної користі від інформації, яка є в розпорядженні, для того щоб правильно зрозуміти і оцінити ситуацію, бачити її у перспективі, а в кінцевому підсумку – успішно діяти.

Інформаційно-аналітична робота – це процес, в результаті якого первинна інформація (сирі факти) перетворюються у вторинну, нову, аналітичну інформацію, довершену продукцію, передбачену для передачі замовнику.

Інформаційно-аналітичний процес у сфері управління являє собою процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень

Управлінські рішення мають чіткі термінові межі й у встановлений період повинні втілюватись у життя. Особливо наочно це проявляється в бізнесі, де термін виконання ділових угод завжди визначений. Це ж стосується й військової сфери, особливо під час бойових дій. Та й у політиці, попри, здавалося б, досить часту невизначеність та швидку зміну впливу багатьох факторів, рішення, спрямовані на управління тим чи іншим політичним процесом, мають більш-менш чітко визначений термін реалізації.

Тому головне правило інформаційно-аналітичного процесу звучить так – аналітичний продукт (огляд, довідка, звіт, прогноз тощо), створений у результаті інформаційно-аналітичного процесу, повинен бути придатним для використання замовником, корисним для нього вже в момент свого створення. Основні принципи організації інформаційно-аналітичного процесу, сформульовані ще кілька десятиріч тому фахівцем зі стратегічної розвідки американським генералом Вашингтоном Плетом: повідомляти достовірно, своєчасно та ясно.

Достовірність повідомлення є *ключовою ознакою* при оцінці будь-якого інформаційного документа, створеного в результаті аналітичної діяльності. Вона забезпечується завдяки правильному поєднанню ряду моментів, що визначають результативність роботи аналітика. Головними серед них є: глибоке розуміння дійсності тим, хто аналізує повідомлення; правильний відбір фактів, які стосуються об'єкта аналізу; виділення на підставі аналізу фактів, основних моментів явищ і процесів, причинно-наслідкових зв'язків.

В середовищі аналітиків широко відомо "правило п'яти сторінок", яке говорить, що при поданні аналітичних висновків на вищий рівень управлінської ієрархії будь-якої організації об'єм аналітичної довідки повинен складати не більше п'яти сторінок, що приблизно відповідає 16 кілобайтам тексту.

Інформаційно-аналітичний документ можна вважати логічним, якщо автор під час викладу матеріалу дотримується законів логіки: закону тотожності, закону протиріччя, закону виключення третього та закону достатньої підстави. Ну і головне – простіше кажучи, автор сказавши А, мусить сказати Б і т.д.

І нарешті, щоб викладене у документі повідомлення було достатньо переконливим, воно має відображати суттєві причинно-наслідкові зв'язки у доступній, зрозумілій для споживача формі. Обов'язковою умовою

виконання цього правила є високий рівень кваліфікації аналітика, його вміння знаходити необхідні аргументи для доведення своєї точки зору на проблему, що розглядається.

Принципи організації інформаційно-аналітичного процесу:

1) рівень кваліфікації виконавців робіт – професійні знання, ерудиція, вміння орієнтуватись і робити висновки в нестандартній ситуації тощо.

2) своєчасна підготовка документів (своєчасність отримання інформації багато в чому визначає її цінність для користувача. Значення своєчасного подання інформації особам, які приймають рішення, може бути настільки великим, що заради нього варто навіть дещо поступитися достовірністю повідомлень. Звичайно, йдеться не про суттєву зміну змісту повідомлення, а лише про певне зниження ступеня його точності);

3) ясність викладення матеріалу (суть реалізації цього принципу полягає в тому, щоб зробити доступними для інших результати роботи аналітика. Коректне сприйняття інформації робить її переконливою для споживача, а отже, забезпечує успіх справи.

Інформаційно -аналітичний документ має бути також лаконічним, логічним і переконливим. Лаконічність – сестра таланту. Коротке повідомлення легше сприймається і краще запам'ятовується, ніж довге. Коротке повідомлення має переваги перед довгим (великим) і з огляду на те, що час на підготовку й прийняття управлінських рішень завжди обмежений.

Цілі ІАД можна розділити на дві великі групи: стратегічні і тактичні.

Об'єктами інформаційно-аналітичної діяльності є:

- інформаційно-аналітичні продукти;
- бази даних;
- апаратні засоби: комп'ютери, комплектування, блоки безперебійного живлення, офісне устаткування, мережеве устаткування, засоби комунікацій, периферійна техніка, диски, дискети, матеріали;

- програмні засоби: системне програмне забезпечення (ПЗ), мережеве ПЗ, компресійні програми, антивірусні програми, інтерактивна графіка, електронні таблиці, редакторські пакети, прикладні пакети, засоби мультимедіа, засоби проектування ПЗ;

- інформаційні послуги: консалтингові, навчальні, впроваджувальні, супроводжувальні, ремонтні, посередницькі, торговельні, рекламні, інтерактивні, телекомунікаційні;

- інформаційно-пошукові системні технології;

- імена, адреси в Internet тощо;

Суб'єкти інформаційно-аналітичної діяльності:

- *особистість*;

- *держава*;

- *виробники первинної інформації* (книжок, газет, журналів, повнотекстових баз даних, відеотек і фонотек);

- *виробники вторинної інформації* (покажчиків літератури, бібліографічних довідників, збірників, реферативних журналів, індексних і бібліографічних баз даних);

- *компанії та підприємства оптової і роздрібної торгівлі інформаційними продуктами та послугами*, серед них різноманітні служби пошуку інформації, бібліотеки, інформаційні центри, інститути;

- *виробники (постачальники) технічних засобів обробки інформації*;

- *виробники (постачальники) програмних засобів обробки інформації*;

- *інформаційні посередники* (брокерські фірми);

- *Internet-провайдери*;

- *виробники (розробники) технологій обробки інформації, засобів комунікацій* тощо.

Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика.

Специфіка професії аналітика:

Плюси професії:

- добре оплачувана праця;
- творча робота – кожен проект унікальний і вимагає свого підходу до розробки;
- видима і відчутна користь діяльності, коли робочий процес в організації має чіткий стиль і послідовність;
- придбання навичок комунікативного спілкування, а також розширення кола корисних знайомств за рахунок проектів у різних організаціях.

Мінуси професії:

- високий робочий ритм, брак часу;
- нерідко користувачі негативно ставляться до впровадження нового;
- робота аналітика не завжди обмежується рамками одного міста, а тому людям цієї професії багато часу доводиться проводити у відрядженнях;
- клієнт не завжди в змозі зрозуміти інформаційно-аналітичний продукт, звідси розбіжності, суперечки, незрозуміння;
- часто замовник не може сформулювати завдання.

Ділові якості в оцінці праці аналітиків: професійна майстерність, ініціативність, організованість, відповідальність, пунктуальність, поінформованість, дипломатичність, уміння зберігати службову таємницю, гарна пам'ять, відданість роботі.

Особистісні якості в оцінці праці аналітиків: інтелігентність, працьовитість, сумлінність, уміння адаптуватися, акуратність.

Серед інших особистих якостей, що потрібні сучасному аналітику, можна відзначити і такі, як уміння швидко вслухатись в суть подій чи явищ, товариський характер і контактність, розумна обережність у прийнятті рішень, артистизм, почуття гумору, здатність до самостійного навчання, розширення кругозору, терпіння.

Аналітик – це поняття більш широке, ніж просто експерт в якійсь галузі знань, його інтелектуальний інструментарій і досвід практичної діяльності набагато ширший і не обмежується однією предметною сферою.

Аналітик володіє комплексом інтелектуальних технологій, що дозволяє йому адекватно відтворювати суть явищ і процесів, виявляти основні тенденції їх розвитку, прогнозувати і створювати наукову основу для ефективних управлінських рішень.

В сучасних аналітичних структурах функції аналітика визначені подвійно: з одного боку, він повинен здійснити процес ефективного стиснення інформації, а з іншого боку – повинен здійснити апробацію створеної ним в результаті аналітичної роботи моделі ситуації, або запропонувати систему способів для її перевірки в майбутньому.

Особлива роль в підготовці спеціалістів-аналітиків належить: самоосвіті, саморозвитку і самовдосконаленню, самостійній праці з підвищення методологічно-теоретичного рівня, розвитку практичних навичок інформаційно-аналітичної роботи, засвоєнню нових технологічних засобів і інструментів ІАР.

Основні методи аналітики: історичний, аналіз, синтез, аналогії (відсотковий метод), порівняння, узагальнення, метод мережі зв'язків, спостереження, метод виключень, метод пошуку закономірності, метод класифікацій, метод моделювання, системний метод, метод екстраполяції, метод ідеалізації, метод емпатії.

Спостереження мусить відповідати таким вимогам: передбачуваності заздалегідь, плановірності, цілеспрямованості, вибіркової, системності.

Перерахованими методами аналітика не вичерпується.

Характеристика основних різновидів ІАД:

Цільове призначення аналітичного документа визначається рішенням, яке споживач має прийняти на його основі. У зв'язку з цим інформаційні

потреби для вирішення конкретних завдань можуть бути різноманітними, зокрема:

- отримати уявлення про зміст первинних документів з певної проблеми з метою відбору цінних джерел для поглибленого вивчення;
- оцінити стан і шляхи розвитку відповідної галузі науки і техніки з метою визначення місця проблеми, яка вирішується, поміж інших проблем;
- використати новітні досягнення певних галузей науки і техніки з метою підвищення ефективності діяльності організації;
- звернути увагу на проблему, яку вивчають з метою показу позитивних і негативних сторін досліджень, що проводяться;
- оцінити інформаційну ситуацію в конкретній сфері з метою визначення найперспективніших рішень поставленого завдання;
- визначити досягнутий рівень розвитку конкретної сфери розвитку суспільства чи організації й порівняти з ним рівень виконаної роботи;
- встановити значущість ідей, теорій, концепцій, гіпотез, практичних рішень з метою використання їх у вирішенні конкретного завдання;
- виявити тенденції розвитку основної і суміжних галузей науки і техніки та встановити оптимальні технічні й економічні показники нових об'єктів, які створюють.

Одним з найпоширеніших видів інформаційно-аналітичної діяльності є *реферування*.

У системі наукової комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності реферат є основною інформаційно-комунікативною одиницею, що зумовлено його споживчими властивостями:

- серед усіх видів вторинних інформаційних документів реферат відрізняється найбільшою інформативністю в розкритті змісту першоджерела;

- використання реферату для пошуку поточної або ретроспективної інформації дає змогу зекономити до 90 % часу, необхідного в разі звернення до первинних документів;

- форма подання інформації у вигляді реферату зручніша для тривалого зберігання у фондах інформаційних служб, полегшує та прискорює підготовку інформаційних видань і створення інформаційних масивів;

- у деяких випадках реферат може замінити першоджерело (коли необхідна користувачеві інформація стосується не основної теми роботи, а суміжних питань, або коли первинний документ недоступний унаслідок мовного або організаційного бар'єрів).

Реферат – це багатофункціональний вторинний документ. Він виконує безліч функцій: інформативну та науково-комунікативну, прогностичну, довідкову і адресну, індексування й індикативну.

Відповідно до завдань реферат може надавати необхідну систематизовану фактографічну інформацію, оцінювати, узагальнювати, синтезувати її, рекомендувати найбільш нові, цінні та корисні повідомлення для конкретного користувача (інформативний реферат, індикативний реферат). Реферування – це інтелектуальний творчий процес, що потребує осмислення, аналітико-синтетичної переробки інформації та створення нового документа – реферату, котрий має специфічну мовно-стилістичну форму.

Методика реферування полягає у послідовному здійсненні операцій, пов'язаних з оцінкою, відбором, аналізом і узагальненням відомостей, які містяться у первинному джерелі. Процес реферування базується на виконанні цих логічних операцій.

Анотація – це стисла характеристика твору друку (їх сукупності або частин) з точки зору змісту, призначення, виду, форми та інших особливостей.

Вона, як правило, складається на видання в цілому (книгу, журнал, збірник). Метою анотації є інформування користувачів стосовно основного предметно-тематичного змісту документа, аспектів розгляду теми, матеріалу, на базі якого проведено дослідження, його географічних аспектів та хронологічних рамок. Середній обсяг анотації 600 др. знаків.

Анотації поділяються на рекомендаційні та довідкові.

Оглядово-аналітична діяльність Мета цього напрямку – інформаційне забезпечення управлінських рішень і створення системи інформаційної підтримки базової діяльності користувачів інформації.

Основним засобом виконання цих завдань є підготовка оглядової інформації, що дозволяє систематизовано та узагальнено оцінити стан певної галузі науки, техніки, виробництва, культури, освіти (досягнутий рівень, тенденції та перспективи розвитку, організаційно-економічну ситуацію тощо).

Підготовка оглядової інформації базується на основних процесах обробки документальних джерел. Головними серед них є:

- витяг з документів і систематизація відомостей та кількісних даних, які характеризують різні аспекти стану розглянутого об'єкта;
- оцінка новизни, достовірності та взаємозалежності відібраних даних, їх доповнення та уточнення змісту;
- логічна переробка отриманих даних з метою одержання нової інформації щодо стану певної галузі суспільної діяльності, тобто визначення досягнутого рівня, тенденцій і перспектив розвитку.

За результатами переробки першоджерел готуються оглядово-аналітичні документи: різного роду огляди, щорічні доповіді про найважливіші досягнення у певній галузі, аналітичні довідки, інформаційні повідомлення тощо.

До змісту оглядово-аналітичних документів висувають наступні вимоги: актуальність, достовірність, об'єктивність, фактографічність, наявність висновків та їх обґрунтованість, стислість.

Аналітичний огляд – це вторинний синтезований текст, в якому подано зведену характеристику певного питання чи проблеми, що базується на використанні інформації, отриманої з ряду першоджерел за певний проміжок часу.

Залежно від мети підготовки всі огляди можна поділити на дві групи: бібліографічні та огляди стану питання.

Бібліографічний огляд вміщує впорядковану сукупність бібліографічних описів джерел інформації; анотації, що розкривають їх зміст; текст, який пов'язує між собою описи окремих джерел. Мета підготовки такого огляду - допомогти фахівцям орієнтуватися в документальному потоці та вибирати найцікавіші джерела для вивчення.

Огляди стану питання містять інформацію із документів-першоджерел про результати досліджень, стан і шляхи розвитку певної галузі науки, техніки та виробництва. Залежно від цілей підготовки розрізняють два види таких оглядів -- *реферативні та аналітичні*.

Реферативний огляд вміщує систематизовані та узагальнені відомості щодо стану і шляхів розвитку певної галузі науки, техніки й виробництва. Ці дані отримано внаслідок аналізу першоджерел, але без їх критичного опрацювання. Збережено висновки та оцінки авторів першоджерел щодо фактів, теорій, методів, про які йдеться у документах. Мета підготовки реферативного огляду – надання чіткого уявлення про стан робіт і висвітлення основних результатів досліджень у даній сфері, орієнтування в сукупності фактів, отриманих ученими та фахівцями.

Найбільш складним і синтетичним видом вторинної інформації є *науково-аналітичні огляди*. Аналітичний огляд як інформаційний твір може

бути не тільки узагальнювальною характеристикою вихідних джерел, а й вміщувати висновки та рекомендації для розв'язання проблеми. Як інформаційна основа прийняття управлінських рішень і результат інформаційно-аналітичної роботи, він широко застосовується в економічній та політичній сферах. Існує багато різновидів інформаційних документів, складених з використанням його методики. До них можна віднести *аналітичні довідки, інформаційні довідки, аналітичні звіти, дайджести* тощо.

Названі документи, що містять прогноз розвитку проблемної ситуації, є засобом інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень. Огляди дозволяють зекономити час фахівців, позбавляють їх необхідності безпосереднього перегляду документів під час пошуку потрібних матеріалів, акцентують увагу на особливо цікавих документах.

За цільовим призначенням та методикою створення розрізняють такі види оглядових документів: експрес-інформація, бібліографічний огляд, реферативний огляд, огляд обґрунтування, щорічний огляд, щорічна доповідь, оглядова довідка тощо.

Інформаційний огляд посідає провідне місце в системі інформаційних документів. Його особливість: інформаційний огляд складають шляхом логічної обробки документної інформації з метою одержання вихідного знання про стан, розвиток і можливі шляхи вирішення проблеми.

Отже, підготовка оглядової інформації – це не стільки опис, узагальнення документної інформації, скільки аналіз стану та розвитку проблеми на основі використання різноманітних джерел інформації.

Отримання оглядової інформації базується на таких процесах обробки документальних джерел інформації:

- вилучення з документів, відбір і систематизація системи даних і фактів, які характеризують основні аспекти стану об'єкта, що розглядається;

- доповнення їх, уточнення змісту, оцінка новизни і значущості, перевірка достовірності і встановлення взаємозалежності;

- логічне перетворення даних і фактів з метою отримання нової інформації про стан об'єкта, тобто знання про досягнутий об'єктом рівень, організаційно-економічну ситуацію і тенденції розвитку.

Інформаційний огляд містить систематизовані дані і факти, узагальнену інформацію про стан розробки питання без їхньої критичної (наукової, технічної, економічної) оцінки автором огляду. Основне призначення інформаційного огляду - орієнтування споживачів інформації на ознайомлення зі станом розробки проблеми, питання.

Огляд обґрунтування призначається для доведення необхідності й доцільності проведення конкретного дослідження або розробки, вибору оптимальних шляхів (напрямів, методики, принципового рішення), організації і планування роботи.

Оглядова доповідь містить відомості про окремі аспекти стану науково-практичних напрямів, проблем, об'єктів, організацій тощо. Вона має суттєве значення для оцінки поточних змін стану питання (проблеми, теми), що розглядається.

Бібліографічний огляд – це огляд, який містить зв'язну і послідовну бібліографічну характеристику сукупності документних джерел з певного питання (проблеми, теми), що вийшли за певний період часу, а також бібліографічні описи цих документів. Бібліографічний огляд містить зведену характеристику документів, виконану на основі документографічного аналізу. У бібліографічному огляді подають узагальнений опис змістових елементів, а також наводять формальні ознаки, характерні для цих видань.

Огляд стану питання – це огляд, що містить систематизовану й узагальнену інформацію про стан наукової розробки і практичної реалізації,

тенденції розвитку питання, що розглядається (сфери науки або техніки, галузі, підгалузі, проблеми, питання, об'єкта, організації і т. ін.).

Аналітичний прогноз містить аналіз інформації, яка відображає характер змін стану досліджуваного об'єкта (його структури, найважливіших показників і чинників, що визначають його розвиток), з метою виявлення закономірностей розвитку об'єкта, необхідних для проведення робіт з прогнозування. Цей огляд базується на аналізі первинних документів глибокої ретроспективи.

Прогнозний огляд складають для інформування про перспективи розвитку об'єкта на 5-10 років уперед і передбачають аналіз.

Прогнозний огляд має таку структуру: вступ (підстави для складання огляду), аналітична частина (стан об'єкта, тенденції і прогноз розвитку), висновки, пропозиції.

Аналітичний звіт про діяльність розпочинається з анотації або реферата з коротким викладом завдання дослідження та отриманих результатів і зі вступу, в якому характеризуються вітчизняні й зарубіжні досягнення з досліджуваної проблеми.

У самому тексті звіту викладають зміст завдання, формулюють технічне завдання, аналізують відомі методи і способи вирішення, розрахунки і результати експериментів. Завершується звіт висновками із зіставленням та аналізом результатів, отриманих у ході дослідження теоретичних та експериментальних даних, і, нарешті, висновками з оцінкою результатів і шляхів їх використання.

Модифікацією аналітичного документа за цільовим призначенням та методикою створення є такі інформаційні документи, як тематична підбірка, дайджест, прес-реліз, дос'є і т. ін. Такі документи часто називають синтезованими.

Тематичні підбірки як вид аналітичних документів – це синтезована сукупність первинних документів, частин тексту, рефератів, анотацій, рисунків, схем, діаграм тощо, підібраних з певного питання (проблеми), їх роблять за двох умов: при сталому споживацькому інтересі до певної проблеми і тоді, коли немає узагальнених публікацій з неї, інформація розосереджена в широкому колі джерел.

Структура тематичної підбірки має, як правило, такий вигляд: титульна сторінка, на якій, окрім теми, вказують хронологічні межі відбору документів або рік початку виявлення інформації, якщо тематична підбірка поповнюється новими матеріалами; зміст; коротка передмова (від укладача); певним чином згруповані копії текстів документів, інколи ілюстрований матеріал; бібліографічний список усіх виявлених і включених до підбірки копій джерел; список переглянутих джерел.

Близьким за характером аналізу і подання інформації є дайджест.

Дайджест – це документ, що становить добірку витягів із конкретного тексту, відібраних і згрупованих таким чином, щоб дати про нього загальне уявлення, чи добірку найцікавіших матеріалів, передрукованих з інших видань. Дайджести можуть бути неперіодичними, періодичними та продовжуваними. Дайджестом також називають короткий виклад чогонебудь.

Дайджест – це вторинний документ, результат аналітико-синтетичної обробки первинних документів, який містить новий текст “під завдання”: під рішення, яке приймає керівник; під навчальне завдання, запропоноване студентам; під потреби педагога, бізнесмена, які мають використати новий матеріал і т. д. Дайджест має проблемно-тематичне спрямування.

Структура дайджесту має такий вигляд: титульна сторінка; зміст; передмова (від укладача); основний текст, звично розділений на параграфи; список використаних джерел; додатки; ілюстративний матеріал (таблиці,

графіки, діаграми, які розкривають основний текст); словник або глосарій основних термінів (у разі необхідності).

Дайджести створюють у друкованій або електронній формі на замовлення споживачів.

Прикладом аналітичного вторинного документа є досьє.

Досьє – це формалізований, тобто складений за певним планом вторинний документ, який містить розгорнуту характеристику об'єкта (окремої особи, організації, товару або послуги і т. д.). Досьє створюють шляхом аналітико-синтетичної переробки значної кількості первинних документів і постійно актуалізують, оскільки фактичні дані швидко змінюються.

Прес-реліз – листівка, спеціальний бюлетень або брошура, головним чином, з офіційним повідомленням для органів масової інформації. До прес-релізів висувають такі інформаційні вимоги:

- 1)зацікавленість споживачем (інформативність);
- 2)змістовність (інформаційна місткість);
- 3)яскравість у рекламному оточенні (контрасність);
- 4)виразність основних елементів (первинна фіксація уваги);
- 5)запам'ятовуваність (вторинна фіксація уваги - зворотна інформація);
- 6)вчасність - необхідність для певних споживачів у потрібний час.

Аналітичні документи містять нову узагальнену інформацію, отриману в результаті всебічного, глибокого і критичного аналізу первинних документів, аргументовану оцінку стану і тенденцій розвитку проблеми, що розглядається. Їх створюють у процесі поглибленого аналізу і синтезу первинних документів з метою вилучення, оцінки, узагальнення і використання інформації, що в них міститься.

Однією з *характерних рис* аналітичного документа є наявність в ньому "аналітичної частини", яку становлять як концепції, погляди, ідеї, висновки,

запозичені з первинного документа, так і власні думки, ідеї, судження автора вторинного документа.

Деякі аналітичні документи дають можливість уявити *інформаційну модель* проблеми. Це, перш за все *інформаційно-аналітична довідка, інформаційний звіт про діяльність, аналітичний огляд* тощо. Для створення таких документів застосовують як загальнонаукові методи, так і інформаційно-прогностичні методики (моделювання, контент-аналіз, аналогій і т. ін.).

Параметри інформації.

Параметри інформації – характеристики, з допомогою яких оцінюються інформаційні ресурси.

При доборі необхідної інформації обов’язково слід враховувати такі характеристики (параметри) інформації:

1. Якісні показники: актуальність, адекватність, цілковита певність, об’єктивність, однозначність, новизна, корисність, доступність, своєчасність, релевантність, точність, пертинентність, ергономічність, фасціація, живучість, захищеність, можливість перевірки.

2. Кількісні показники: повнота, достатність, обсяг.

3. Ціннісні показники: цінність, вартість.

Основним результатом інформаційно-аналітичної діяльності найчастіше є аналітичний документ у формі доповіді, огляду, довідки, прогнозу, де подаються висновки та рекомендації. Вони абсолютно необхідні, для того щоб робота мала завершений вигляд і могла бути максимально корисною. Висновки є наслідком досягнення поставленої цілі. Щоб зробити висновки, потрібно відповісти на питання “*Що означає дане явище?*”

В багатьох документах читаються і запам’ятовуються лише *висновки*, тобто результати аналізу. Необхідно виявляти якомога більшу турботу про

те, щоб у висновках викладались коротко і чітко найважливіші моменти, але водночас стислість не повинна породжувати неправильне сприйняття. Написання висновків потребує найвищої майстерності аналітика.

Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ.

Модель – це сукупність логічних, математичних чи інших об'єктів, зв'язків і співвідношень, що відображають з необхідною або максимально досяжною мірою подібності деякий фрагмент реальності, що підлягає вивченню, а також опис всіх властивостей об'єкта, що моделюється.

Інформаційна модель – сукупність інформації, що характеризує істотні властивості і стани об'єкта, процесу, явища, а також взаємозв'язок із зовнішнім світом.

Інформаційні моделі називають також уявними (тому що вони не мають матеріального втілення), іноді – логічними.

Всі знання людства про реальний світ – це безліч інформаційних моделей.

Галузі використання моделей:

- навчальні моделі – наочні посібники, тренажери, навчальні програми;
- дослідні моделі – створюються для дослідження характеристик реального об'єкта (наприклад, модель теплоходу перевіряється на плавучість, а модель літака – на аеродинамічні характеристики);
- науково-технічні моделі – для дослідження процесів та явищ (наприклад, ядерний реактор або синхрофазотрон);
- ігрові моделі – для вивчення можливої поведінки об'єкта в запрограмованих або непередбачених ситуаціях (наприклад: військові, економічні, спортивні ігри тощо);
- імітаційні моделі – виконується імітація дійсної ситуації, що багато повторюється для вивчення реальних обставин (наприклад: випробування лікарських препаратів на мишах або інших тваринах, політ собаки в космос).

За фактором часу розрізняють: динамічні, статичні.

За формою подання інформації: словесні; жести і сигнали; символічні – формули, що відображають зв'язок різних параметрів об'єкта; графічні (геометричні); структурні – схеми, графіки, таблиці; образні; логічні – моделі, в яких представлені різні варіанти вибору дій на основі різних заключень та аналізу умов; спеціальні – ноти, хімічні формули тощо;

За інструментами реалізації: комп'ютерні, некомп'ютерні.

Образні моделі (малюнки, фотографії та ін) представляють собою зорові образи об'єктів, зафіксовані на будь-якому носії інформації (папері, фото- і кіноплівці та ін). Образні інформаційні моделі широко використовуються в освіті, де потрібна класифікація об'єктів за їхніми зовнішніми ознаками (навчальні плакати з ботаніки, біології та фізики).

Знакові інформаційні моделі будуються з використанням різних мов (знакових систем). Знакова інформаційна модель може бути представлена у формі тексту (наприклад, програми на мові програмування) або формули (наприклад, другого закону Ньютона).

Табличні моделі. Широко поширені інформаційні моделі у формі таблиць.

Інформаційні моделі діляться на описові та формальні.

Описові інформаційні моделі – це моделі, створені природною мовою (тобто будь-якою мовою спілкування між людьми: англійською, українською, китайською, мальтійською тощо) в усній або письмовій формі.

Формальні інформаційні моделі – це моделі, створені формальною мовою (тобто науковою, професійною або спеціалізованою, наприклад мовою програмування). Приклади формальних моделей: всі види формул, таблиці, графи, карти, схеми і т. д.

ТЕМА 3. ІНФОРМАЦІЙНА АНАЛІТИКА ЯК ЗАСІБ ОДЕРЖАННЯ ЗНАНЬ

Інформаційна аналітика як засіб одержання знань. Види інформаційно-аналітичних робіт. Методика написання аналітичної роботи. Загальні ознаки роботи високої якості та типові помилки.

Поняття «аналітика» (грец. *analytike* – мистецтво аналізу) тлумачиться як мистецтво розчленування понять, начал, елементарних принципів, за допомогою яких міркування набувають доказового характеру.

Аналітична діяльність (аналітика) є напрямом інтелектуальної діяльності людей, який спрямований на вирішення завдань, що виникають в різних сферах життя. Аналітична діяльність стає найважливішою характеристикою сучасного суспільства. В понятті «аналіз» закладено два смислові підходи. Часто аналіз ототожнюється з дослідницькою діяльністю взагалі. Добре налагоджена інформаційно-аналітична робота підвищує ефективність будь-якої діяльності. Вона дозволяє бачити повний спектр рішень.

Для людини, що не володіє навичками інформаційно-аналітичної роботи, велика кількість інформації таким же чином згубна, як і відсутність її – вона незадовільно впливає на якість рішень.

Мета інформаційно-аналітичної роботи – створення інформаційного продукту, до якого застосовуються наступні вимоги: релевантність (відповідність) завданням, що поставлені в конкретній сфері матеріально-перетворюючої діяльності; адекватність рівня деталізації інформації класу вирішуваних завдань; науковість; достовірність; своєчасність.

Будь-який серйозний аналітик намагається повністю проникнутись духом проблеми, що вивчається, постійно думає про те, над чим працює. Під час таких роздумів явища набувають контретних форм і прояснюються тенденції розвитку подій. Зрілі родуми аналітика нічим замінити неможливо. За ними повинна слідувати оцінка явищ, що розглядаються. Всі ці процеси спираються на накопичені раніше аналітиком теоретичні знання і його практичний досвід. Аналітична експертиза виявляє наявність чи відсутність у об'єкта аналізу проблем і суперечностей, що заважають його функціонуванню і розвитку, і дозволяє розробити шляхи і варіанти їх вирішення. Аналітик володіє сукупністю інтелектуальних технологій, що дає йому змогу: адекватно розуміти сутність явищ і процесів; виявляти основні тенденції їх розвитку; прогнозувати та створювати наукову основу для прийняття управлінських рішень. У зв'язку з цим результати праці співробітників інформаційних підрозділів та фахівців-аналітиків складають основу, підґрунтя для практичної повсякденної управлінської роботи осіб, які приймають відповідальні рішення в державних органах влади, господарчих структурах.

Вимоги до аналітичної роботи: 1) повинна мати науковий характер і ґрунтуватися на врахуванні й глибокому розгляді всіх факторів, які стосуються тієї чи іншої проблеми; 2) своєчасна інформація повинна ґрунтуватися не на одному, а на численних і різноманітних джерелах, безперечно, найбільш достовірних. 3) аналітичні матеріали повинні ґрунтуватися на документах, законах і розпорядженнях, висловлюваннях керівників, думках урядової еліти. 4) аналіз буде більш правильним і точним, якщо ви добре знаєте і глибоко розбираєтеся в тій проблемі, стосовно якої надаєте інформацію; 5) аналіз повинен враховувати і будуватися на найновітніших даних з проблеми; 6) одна із помилок – повідомляти таку інформацію і надавати такий аналіз подій, який би не лише не дратував, а навіть радував замовника. Така інформація може стати запорукою неправильного управлінського рішення. Інформація повинна бути максимально об'єктивною. Аналітик повинен мати мужність повідомляти максимально правдиву інформацію, якою б вона не була; 7) інформація (особливо взята із ЗМІ), обов'язково перевіряється всіма можливими (легальними). Спільні та відмінні риси інформаційно-аналітичної і науково-дослідної діяльності є: спільні риси – це два різновиди пізнання об'єктивної реальності; відмінні риси. Наукове дослідження – це цілеспрямоване пізнання, результати якого виступають у вигляді системи понять, законів і теорій і розраховані вони на користування протягом тривалого часу. Інформаційно-аналітичний документ – це цілеспрямоване дослідження, кінцевим результатом якого є підсумкові прикладні знання «на злобу дня», висновки щодо: реальності причинно-наслідкових зв'язків, їх характеру; тенденції розвитку явищ, процесів, подій, дій; характеру відповідних наслідків певних процесів, дій чи подій; визначення ознак, що вказують на ступінь визрівання небезпеки, ризиків, викликів і загроз для існування та розвитку об'єктів охорони: потенціалів держави, суспільства, фізичних і юридичних осіб, національних інтересів; вироблення відповідних пропозицій щодо практики дій, спрямованих на вирішення проблеми, що існує або зароджується.

Види інформаційно-аналітичних робіт: аналітичний огляд, звіт, записка, довідка тощо.

Документ – це спеціально створений предмет, призначений для збереження або передачі інформації. Документи за способом фіксування поділяються на письмові, електронні та аудіовізуальні.

Аналітичний документ являє собою важливе повідомлення, яке містить інформацію у фіксованому вигляді та призначене для її обов'язкового практичного застосування. Метою аналітичного документа є надання переконливої аргументації для обґрунтування рекомендацій щодо розв'язання тієї чи іншої проблеми, розробка відповідного інструментарію для вироблення та ухвалення ефективних рішень. Рішення щодо вибору виду аналітичного документа залежить від багатьох факторів.

Аналітичний документ містить два основних функціональних розділи: інформаційний та безпосередньо аналітичний. Залежно від характеру

дослідження інформаційний та аналітичний розділи можуть бути рівнозначними або асиметричними за обсягом, проте жоден з них не повинен складати виключний зміст проекту. Інформаційний та аналітичний розділи мають власну специфіку. Інформаційний розділ переважно орієнтований на відображення релевантних для дослідження відомостей. Ці дані можуть мати різноманітну природу та бути представлені по-різному (наприклад як опис основних характеристик ситуації, хронологія подій, статистика, результати застосування аналітичних методик тощо), їх можна представити у вигляді текстової інформації або у вигляді таблиць, графіків, схем. Головною умовою оформлення інформаційного розділу є акцент на фактологію та мінімізацію інтерпретації фактів. Аналітичний розділ проекту переважно містить логічні міркування при зіставленні різних фактів, пояснення явищ і їхніх взаємозв'язків, а також у ньому формулюються загальні висновки та прогнози розвитку ситуації. Змістові розходження між інформаційним та аналітичним розділом проявляються в стилістичних особливостях викладу матеріалу, а також можуть визначати послідовність включення цих розділів у структуру єдиного підсумкового аналітичного документа. Роль інформаційного розділу визначається залежно від цілей і завдань дослідження. Загальноприйнятим у підготовці підсумкових документів є певне звуження рамок інформаційного розділу проекту порівняно з аналітичним розділом.

Види аналітичних документів: аналітична записка, аналітичний звіт.
Функції аналітичного звіту: наочність, аналіз, інноваційність.

Структура аналітичного звіту: титульний аркуш; зміст звіту; введення; основна частина документа (аналітичний і проектний розділ); висновок, список використаних джерел; додатка.

Для правильного складання та мінімальних тимчасових витрат необхідно з самого початку визначитися, з якою метою і для чого пишеться звіт про виконану роботу за рік. Найбільш популярні: обґрунтування реальної користі від конкретної позиції в організації; підтвердження кваліфікації того чи іншого співробітника; демонстрація ефективної роботи керівництва; отримання фінансування на наступний звітний період; отримання згоди на розвиток напряму (ідеї); обґрунтування витрачання виділених ресурсів і фінансів і т. п. Відома формулювання – правильна постановка задачі забезпечує 50 % рішення – працює і в цьому випадку. Чим краще ми розуміємо, навіщо потрібен звіт, тим легше нам його написати. Аж

до того, що документ «для галочки» зовсім не вимагає від нас творчого підходу. І витрат часу.

Аналітичний огляд. Під час складання огляду інформація з документів, що використовуються, подається у вигляді прямих цитат (допускається їх скорочення з відповідними застереженнями). На відміну від аналітичної записки, висновки та рекомендації не робляться. Крім того, інформація з огляду може потребувати додаткової, більш глибокої перевірки. Обсяг аналітичного огляду може коливатися від 5 до 20 сторінок. Аналітичний огляд є офіційним документом, у якому аналізується безпосередньо взята наукова робота. Найчастіше аналіз здійснюється щодо інформаційних джерел, які сформували доказову основу гіпотези. За допомогою такого огляду вивчаються правила, концепції, теорії та норми, що сформували дослідження. Тобто аналізується, наскільки якісною є «сировина» для наукової праці. Саме джерела інформації можуть сказати про автора та його підхід набагато більше, ніж результати. Аналітичний огляд складається з урахуванням розробленого плану. Кількість розділів – щонайменше – 2.

Функції аналітичного огляду: відобразити, якою мірою вивчене і вирішене питання; підкреслити, наскільки обрана тема є актуальною; визначити, яким чином діяв автор та що ним керувало; дослідити першоджерела та інші матеріали, використані автором для основи дослідження.

Види аналітичного огляду: щорічні, прогностичні, підсумкові, обґрунтовуючі. Головна мета аналітичного огляду – встановити, наскільки практично застосовані отримані результати і використовувані методики. Структура аналітичного огляду має п'ять елементів: титульна сторінка, назва, основний текст або аналіз, висновки, бібліографічний список. За бажанням та при необхідності можуть використовуватися програми. Інформація в огляді може викладатися хронологічним способом, тобто в міру того, як розвивалися події в теорії, та логічним способом, що передбачає подачу матеріалу в тій черговості, в якій автор досліджував питання.

Оформлення – друковані листи А4, наявність розділів та розділів, наскрізна нумерація. Використовується шрифт TimesNewRoman, 14 розмір, інтервал півтора, чорний колір. При включенні цитати чи запозичення важливо оформити посилання першоджерело.

Аналітична довідка – найбільш поширений вид аналітичної документації, являє собою короткий огляд окремого аспекта конкретної події, явища, процесу (в основному це інформація статистичного та іншого характеру), а також може стосуватися політичних, економічних, соціальних аспектів функціонування економічних та політичних структур тощо. Обсяг довідки зазвичай невеликий – не більше 2-5 сторінок.

Принципи складання будь-якого аналітичного документа: орієнтація на потреби замовника; формулювання загальної картини проблеми, що

розглядається; розташування на першому місці основних висновків з проблеми; матеріал має бути структурованим та логічно викладеним, при цьому рекомендовано використовувати чіткі, зрозумілі фрази, намагатися уникати бюрократичного жаргону.

Завдання, які доводиться вирішувати в процесі аналізу ситуації: здійснення проблемної структуризації, що припускає виділення комплексу ситуацій, їх типології, характеристик, наслідків, шляхів вирішення (проблемний аналіз); визначення характеристик, структури ситуації, її функцій, взаємодії з навколишнім і внутрішнім середовищем (системний аналіз); встановлення причин, які призвели до виникнення цієї ситуації, і наслідків її розгортання (причинно-наслідковий аналіз); діагностика змісту діяльності в ситуації, її моделювання і оптимізація (праксеологічний аналіз); побудова системи оцінок ситуації, її складових, умов, наслідків, дійових осіб (аксіологічний аналіз); підготовка прогнозів щодо вірогідного, потенційного і бажаного майбутнього (прогностичний аналіз); вироблення рекомендацій щодо поведінки дійових осіб ситуації (рекомендаційний аналіз); розробка програм діяльності в цій ситуації (програмно-цільовий аналіз).

Методика написання аналітичного документа дозволяє швидко, ефективно і правильно вирішити проблему застосування тієї чи іншої технології інформаційно-аналітичної діяльності. Перше, що аналітик повинен зробити після зустрічі із замовником, це класифікувати цілі, які він ставить перед собою, щоб виконати поставлене завдання.

Вирішенню будь-якого практичного завдання передуює мислиннєва діяльність з її концептуалізації. Вона здійснюється в три етапи: розробка концептуального підходу до вирішення проблеми; розробка самої концепції; розробка програми конкретних дій. Після цього на аналітика чекають відомі *етапи* роботи з інформацією: її пошук, збирання, накопичення, зберігання, опрацювання (аналіз), передавання, використання, захист інформації.

Методика оформлення аналітичного документа – «правило п'яти сторінок» (при поданні висновків на вищий рівень управлінської ієрархії будь-якої організації об'єм аналітичної довідки повинен складати не більше п'яти сторінок, що приблизно відповідає 16 кілобайтам тексту). Приблизно

структура: вступ, що не входить в об'єм довідки – плюс 1 стр. до об'єму; заголовок або зміст, що звичайно не розглядається як сторінка документа, але все ж таки передбачена – плюс 1 стр.; вступ у проблему (звідси розпочинається підрахунок сторінок) – 1 стр.; змістова частина документа – 3-3,5 стр. (в залежності від компонування висновків); висновки – 1-0,5 стр.

Часто заголовок роблять стислим і розташовують на одній сторінці зі вступом. Виходить без малого сім сторінок – ними потрібно скористатися з розумом.

Прийняття рішень – це науковий напрям, завданням якого є синтез раціональних схем вибору альтернатив і оцінювання їх якостей. Завдання його в тому, щоб із багатьох конкуруючих стратегій рішення деякої проблеми, на основі аналізу умов і наслідків її реалізації вибрати кращу (оптимальну). Під рішеннями, оптимальними в широкому сенсі, тут розуміються такі рішення, які спрямовані не стільки на ліквідацію наслідків тих чи інших процесів чи явищ, скільки на вирішення всього комплексу протиріч, що привели до виникнення проблемної ситуації - тим самим буде забезпечуватись врахування інтересів максимально широкого кола осіб. Це вимагає від кожної особи, що приймає рішення, здатності прогнозувати його наслідки і системного бачення проблеми. Ефективне вирішення створеної проблеми – починаючи з аналізу змісту проблеми і комплексу суперечностей, що її породили, рухатись через етапи розробки концептуальних підходів, моделювання процесу реалізації і прогнозування результатів до етапу вибору і реалізації управлінського рішення.

Багато що залежить від замовника аналітичної розробки, який своїми вимогами диктує рамки дослідження і вказує на ті конкретні питання, на яких необхідно зосередити основну увагу. Після цього аналітиком підготовлюється план дослідження, в якому визначається загальний задум роботи, у вигляді функціональних блоків задається послідовність проведення дослідження. В ході подальшої роботи всі ці, пока ще не наповнені змістом ячейки будуть підлягати подальшому дробленню на більш дрібні блоки, що відповідають конкретним підзавданням. Наближаючись до завершального етапу проведення робіт, ячейки будуть наповнюватись, а поки, аналітик як бжілка, будує соти, намагаючись вписатися в рамки, запропоновані «пасічником» –замовником.

Інформаційно-аналітичний документ можна зробити зрозумілим, якщо дотримуватись ряду правил: він повинен мати чітку структуру; кожную думку краще висловлювати кількома короткими простими реченнями; викладати думку бажано простою (але не побутовою) мовою, намагаючись, уникати надмірного вживання спеціальних термінів (точної та коректної передачі споживачеві змісту повідомлення).

Викладене у документі повідомлення має відображати суттєві причинно-наслідкові зв'язки у доступній, зрозумілій для споживача формі. Обов'язковою умовою виконання цього правила є високий рівень кваліфікації аналітика, його вміння знаходити необхідні аргументи для доведення своєї точки зору на проблему, що розглядається.

Загальні вимоги до роботи високого рівня: чіткість та логічна послідовність викладення матеріалу; переконливість аргументації; стислість і точність формулювань, які виключають можливість неоднозначного тлумачення; конкретність викладення результатів дослідження; обґрунтованість рекомендацій та пропозицій.

В аналітичному документі повинні бути відображеними: актуальність тематики та відповідність до сучасного стану науки, техніки і питань виробництва; обґрунтування вибраного напрямлення досліджень, методів розв'язку задачі та їх порівняльні оцінки; аналіз та узагальнення існуючих результатів; розробка загальної методики проведення досліджень; характер і зміст виконаних теоретичних досліджень та розрахунків, методи досліджень; обґрунтування необхідності проведення експериментальних досліджень, принцип дії розроблених програм, характеристики цих програм, оцінка похибок розрахунків, отримані експериментальні дані; оцінка повноти розв'язку поставленої задачі; оцінка достовірності отриманих результатів, їх порівняння з аналогічними результатами; наукова та практична цінність виконаної роботи.

Основа редагування – робота з текстом. Текст повинен будуватися на основі певного, послідовного і доказового мислення. При редагуванні аналітичних документів необхідно знати основні вимоги, обов'язкові для пред'явлення доказів. Доказ (доказовість) – це логічна дія, в процесі якої істинність положення обґрунтовується судженнями безумовно істинними. Таким чином, судження базується на тезисах та аргументах. Тезиси – положення, які доводяться. Аргументи – судження, які повинні довести тезиси.

Вимоги до доказів (аргументів): тезис і аргумент повинні бути чіткими та ясними в формулюванні; в ході доказу тезис повинен бути незмінним, тобто доводити слід щось одне, а не перескакувати на інший предмет; тезис і аргумент не повинні суперечити один одному; як аргументи повинні застосовуватися судження, положення, які не викликають сумнівів, тобто їх слід перевіряти практикою; доказ (аргумент) повинен бути цілком достатнім для підтвердження тезису

Помилки та недоліки, яких допускаються під час виконання аналітичних робіт: недостатній аналіз проблеми й обґрунтування вимог до плану (проекту), що розкриває всі проблеми; нечітко визначено мету проекту.

Три основні суб'єктивні перешкоди для здійснення ефективного аналітичного проектування: 1) надмірний пріоритет короткострокових показників над довгостроковими; 2) слабкі навички аналітиків у

прогнозуванні, невеликий аналітичний досвід не привчив їх до дисциплінованого, систематичного мислення. 3) аналітикам часто не вистачає «політичних навиків» і свого погляду на практичний стан речей. Це призводить до двох негативних результатів у прогнозуванні: складання проектів, відірваних від реальності; зіткнення, суперечності між аналітиками і замовниками.

Для виходу з такого становища можна запропонувати активну взаємодію аналітиків і замовників як у процесі планування діяльності, так і під час обговорення стратегічних питань з досліджуваної проблеми.

Результативність роботи аналітика вимірюється якістю виконання основних інформаційних процесів: пошуком інформації; збиранням; накопиченням; зберіганням; опрацюванням (аналізом); передаванням; використанням; захистом інформації.

Інформаційний пошук (ІП) (англ. *Information retrieval*) – наука про пошук неструктурованої документальної інформації. Особливо це відноситься до пошуку інформації в документах, пошук самих документів, добування метаданих з документів, пошуку тексту, зображень, відео та звуку у локальних реляційних базах даних, у гіпертекстових базах даних таких, як Інтернет та локальні інтранет. Найвідомішим прикладом систем ІП можна назвати пошукові системи в *Інтернеті*. Об'єктом інформаційного пошуку є текстова інформація, зображення, аудіо, відео інформація. Завданням інформаційного пошуку є знаходження відповідних (до пошукового запиту) інформаційних об'єктів, або документів серед доступного для пошуку матеріалу. Завдання для інформаційного пошуку задається у вигляді інформаційного запиту (*query*), який може містити слова, фрази чи речення або комбінацію їх. Ефективність пошукових систем оцінюється двома параметрами: пошукова відповідність та пошукова якість.

ТЕМА 4. СИСТЕМА ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ. СУБ'ЄКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ПОТРЕБИ В ІНФОРМАЦІЇ

Нормативно-правове регулювання інформаційної сфери в Україні. Закон України «Про інформацію» – базовий акт у системі регулювання інформаційних відносин. Закон України «Про доступ до публічної інформації». Інші нормативні акти стосовно інформаційно-аналітичної діяльності. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». Інформаційні

потреби споживачів. Сутність і структура інформаційного циклу. Характеристики інформаційних потреб. Методи вивчення інформаційних потреб.

Норми права, що регулюють інформаційну діяльність в Україні, можна об'єднати в такі групи: законодавчі та нормативні акти власне про інформацію; законодавчі та нормативні акти з питань охорони прав інтелектуальної власності; окремі положення інших правових актів, що стосуються інформації та охорони прав інтелектуальної власності.

Із надбанням незалежності в Україні взято курс на впровадження норм міжнародного права у сфері інформаційної діяльності. Основи вітчизняного законодавства про інформаційну діяльність і права інтелектуальної власності задекларовані в Конституції України. Так, згідно зі ст. 34, кожному громадянину гарантується право на свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку. Стаття 31 гарантує таємницю листування, телефонних розмов, іншої кореспонденції. Стаття 32 забороняє збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і є конституційною гарантією невтручання в особисте та сімейне життя. Правові норми завжди виражені у формі певних джерел права.

Джерела права – це офіційно визнані форми, в яких здійснюється встановлення, зміна або відміна правових норм. Джерелами права в Україні є: Конституція (Основний Закон) та інші закони (укази, декрети); підзаконні нормативні акти, що видаються органами виконавчої влади (Кабінетом Міністрів, Державним патентним відомством, Держкомстатом тощо); правові звичаї (традиції), судові прецеденти, міжнародні угоди. Діє і так зване звичаєве право – система незафіксованих документально норм, традицій, що регулюють поведінку членів даного суспільства.

На практиці можуть існувати певні розбіжності між нормами офіційного та звичаєвого права, що і спостерігаємо в Україні. Надзвичайно великі розбіжності свідчать про недосконалість офіційної системи регулювання правових відносин у певній сфері життєдіяльності цього суспільства або в державі в цілому.

Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної влади. На сьогодні стан управління в органах державної виконавчої влади та місцевого самоврядування України характеризується збільшенням обсягу робіт, які вимагають використання сучасних комп'ютерних засобів, інформатизації різноманітних складових їх діяльності, впровадження нових інформаційних технологій. У цих умовах завданням

процесу інформатизації діяльності органів державної влади (ОДВ) є задоволення інформаційних потреб центральних органів, органів регіональної влади і місцевого самоврядування на основі єдиного інформаційного простору, автоматизації повного комплексу управлінських та ділових процесів, застосування сучасних засобів автоматизованого управління, соціально-економічного моніторингу, електронного документообігу, аналітичної обробки даних та підтримки прийняття рішень, а також формування і використання інформаційних ресурсів і сучасних технологій; створення і впровадження інформаційно-аналітичних систем забезпечення діяльності органів державної влади.

Реалізація цих завдань вимагає передусім визначення стратегії комп'ютерно-телекомунікаційного та інформаційно-аналітичного забезпечення ОДВ, формування основних принципів автоматизації повного комплексу їх управлінських та ділових функцій, застосування сучасних засобів електронного документообігу та автоматизованого управління для розв'язання соціально-економічних, екологічних, науково-технічних, національно-культурних та інших проблем у сферах діяльності згаданих органів.

Інформатизація діяльності органів державної влади зумовлена необхідністю: формування в органах державної виконавчої влади та місцевого самоврядування нових підходів до організаційно-правового та інформаційно-аналітичного забезпечення їх діяльності, якості та своєчасності прийняття управлінських рішень; виконання Конституції та законів України, постанов, указів та розпоряджень Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, інших вищих органів влади, запитів народних депутатів України; оперативного забезпечення керівництва матеріалами, які містять довідкову, аналітичну, прогнозну, рекомендаційну та іншу інформацію на підставі досліджень соціально-політичної, економічної, духовної ситуації в Україні та регіонах, вивчення громадської думки, інших факторів суспільного життя; раціоналізації управлінських рішень, покращання підзвітності і посилення відповідальності за результати прийнятих рішень, удосконалення статистичної звітності стосовно функціонування органів державної влади; визначення потреб органів державної влади у нових інформаційних технологіях та базах даних; розробки типових проектів та стандартів інформатизації державного управління; узагальнення діяльності обласних та районних адміністрацій у контексті політики Президента України; забезпечення діяльності органів державної влади спеціальними засобами достовірної науково обґрунтованої оцінки і прогнозування наслідків рішень, що приймаються; проведення адміністративної реформи та формування в органах державної влади нової генерації фахівців, яких потрібно забезпечити сучасними засобами управління.

Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності ОДВ є одним із напрямів реалізації Національної програми інформатизації. Основні її

положення викладені в таких документах: Постанові Кабінету Міністрів України від 15.07.97 р. «Про першочергові заходи інформатизації»; Законі України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.98 р.; Законі України «Про концепцію Національної програми інформатизації» від 04.02.98 р.; Указі Президента України «Про вдосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення Президента України та органів державної влади» від 14 липня 2000 р. № 887/2000; Указі Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» від 31 липня 2000 р. № 928/2000; Розпорядженні Кабінету Міністрів України від 18.05.2001 № 208-р «Про затвердження переліку державних замовників та обсягів фінансування завдань (проектів) Національної програми інформатизації на 2001 рік».

Цими документами передбачені першочергові заходи інформатизації, обов'язкові для всіх органів державної влади.

Інформатизація державного управління передбачає інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності: центральних органів влади на рівні «Центр» – Адміністрації Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України; обласних органів влади на рівні «Область» — обласних державних адміністрацій та обласних рад депутатів; місцевих органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування на рівні «Район», а також створення глобальної інтегрованої телекомунікаційної структури для підтримки взаємозв'язку між всіма рівнями державної влади «Центр – Область – Район».

У процесі діяльності ОДВ взаємодіють між собою та із зовнішніми структурами, зокрема: Верховною Радою України; Кабінетом Міністрів України; Адміністрацією Президента України; міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади; територіальними органами міністерств та відомств України; обласними організаціями, об'єднаннями, асоціаціями, окремими товариствами та підприємствами. Це стосується і народних депутатів України. Взаємодія ОДВ з іншими органами державної влади полягає в: отриманні даних та розпорядчих матеріалів і документів, насамперед нормативно-законодавчих; листуванні з адміністративно-господарських та кадрових питань; звітуванні та інформуванні про різні аспекти діяльності органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування, про соціально-економічне становище регіонів; участі в соціально-економічних та політичних заходах, що проводяться під керівництвом центральних органів державної виконавчої влади.

Інформація, яка циркулює в ОДВ, розподіляється на такі чотири блоки: 1)

політичний (включає політичні події, законопорядок, права людини, партії та громадські об'єднання, стан національних відносин, релігійну ситуацію); 2) економічний (охоплює основні галузі економіки регіону: фінансову сферу, відносини власності, земельні відносини, промисловість, сільське господарство, паливно-енергетичний комплекс,

будівництво, транспорт, зв'язок); 3) соціальний (соціальний захист, зайнятість, праця, оборонна робота, охорона довкілля); 4) гуманітарний (освіта, культура, наука, медицина, фізкультура та спорт, проблеми молоді та сім'ї).

До складу інформаційно-аналітичних систем забезпечення діяльності ОДВ необхідно включити такі підсистеми: Основні: система автоматизації діловодства та документообігу ОДВ; система інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності ОДВ; система підтримки прийняття рішень ОДВ; Забезпечувальні: система збирання та первинної обробки інформації; система локальної та глобальної мережевої взаємодії; інтернет-портал поточного інформування та поширення інформації про діяльність ОДВ; система навчання та підвищення кваліфікації працівників ОДВ.

Інформатизація діяльності органів державної влади пов'язана з певними труднощами технічного, економічного, культурного і навіть психологічного характеру: 1) потрібні розширення та модернізація існуючої інфраструктури ОДВ, а саме комп'ютерного парку та структурованих кабельних мереж; 2) розробка та подальша експлуатація системи потребує великих і постійних трудових витрат і залежить від професіоналізму та організованості колективу виконавців; 3) потрібно підвищити культуру користування сучасними інформаційними технологіями. 4) потрібно розробити механізм поетапної перебудови роботи ОДВ в напрямі підвищення її ефективності в умовах широкого використання інформаційних ресурсів і сучасних технологій.

Система інформаційно-аналітичного забезпечення ОДВ має бути здатною нарощувати свою потужність. Виконання такої вимоги можливе шляхом підтримки індустриальних серверів баз даних виробництва таких компаній, як Microsoft, Sybase, Oracle, Informix тощо, які існують практично на всіх можливих програмно-апаратних платформах, тим самим забезпечуючи вирішення найширшого спектра завдань. Основні проблеми під час роботи з документами та даними виникають в територіально-розподілених організаціях. Тому архітектура системи має підтримувати взаємодію розподілених організацій. Причому останні можуть поєднуватися найрізноманітнішими за швидкістю та якістю каналами зв'язку. Архітектура системи також має підтримувати взаємодію з віддаленими користувачами. Цілком можливо, що ОДВ може не знадобитися відразу впровадження всіх компонентів інформаційно-аналітичної системи, а іноді спектр вирішуваних ОДВ завдань менше, ніж весь спектр завдань документообігу та управління. Тоді очевидно, що система має складатися з окремих модулів, інтегрованих між собою. Інформаційно-аналітична система не може існувати у відриві від інших систем: її необхідно інтегрувати з фінансовими, банківськими, податковими системами тощо. Це ж вимагає наявності в системі відкритих інтерфейсів для можливого доопрацювання та інтеграції з іншими системами ОДВ.

Інформаційно-аналітична система має забезпечувати можливість колективної роботи групи виконавців над одним (чи кількома) об'єктом обробки. Крім того, необхідно забезпечити контроль виконання робіт. Ця вимога дуже важлива для діяльності ОДВ. Традиційні системи документообігу, як правило, не виконують зазначену функцію. Натомість системи класу WorkFlow забезпечують передачу естафети виконання робіт над об'єктами обробки різним групам виконавців відповідно до визначеної технології, контролюють статус виконання процесу, виявляють допущені відхилення від його нормативного перебігу, прогнозують вплив цих відхилень на ймовірний час завершення всього процесу тощо. Така система відслідковує і фіксує весь процес руху документів та робіт з точністю до хвилини та указанням імені виконавця. У випадках, що вимагають детального контролю виконавської дисципліни, це дає змогу організувати не тільки сам контроль, а й практику оповіщень відповідальних осіб про виникнення виняткових ситуацій чи затримок.

Процес обробки документів має бути єдиним і прозорим для всіх користувачів системи, незалежно від територіального розміщення робочих станцій, серверів, ступеня їх віддаленості та видів зв'язку, що використовуються. Для спільної багатоетапної обробки

документів кількома виконавцями, що перебувають у різних місцях (і навіть у різних містах), не потрібна їх постійна присутність або пряме спілкування — система сама подбає про те, щоб кожний вчасно виконав свою частину роботи.

Необхідно забезпечити захист інформації від несанкціонованого доступу. Всі документи та дані, правила їх обробки, маршрути розсилання і службова інформація мають бути захищені системою від будь-якого навмисного і ненавмисного втручання. Інакше кажучи, система має підтримувати стандарти захисту, прийняті для систем гарантованої стійкості (наприклад, клас C2 — на рівні Windows NT), а також використовувати сучасні методи криптографічного захисту і засоби «електронного підпису». Крім того, потрібно забезпечити сумісність системи з будь-якими спеціальними засобами захисту інформації, сертифікованими в Україні, що дасть змогу узгодити її використання з існуючими стандартами безпеки.

Головними функціями системи автоматизації діловодства та документообігу (САДД) органів державної влади є: управління потоками робіт ОДВ, контроль виконання розпоряджень, доручень та документів, забезпечення колективної роботи працівників над документами; реєстрація документів, забезпечення механізмів анотованого опису документів та збирання резолюцій, доставка звітів про виконання доручень; вдосконалення методів підтримки прийняття рішень з питань діловодства та документообігу ОДВ; автоматизація роботи спеціалістів за визначеним в ОДВ регламентом обробки документів, пошук та відбір необхідної інформації, розсилання опрацьованих документів для подальшої обробки, обробка документів з моменту їх створення або надходження до відправлення або передачі в архів; автоматизація контролю виконання доручень та документів на основі оперативного відображення поточного стану процесів діловодства, відхилень від планових строків, визначення нових термінів завершення робіт; створення та ведення електронного архіву документів ОДВ, забезпечення надійного зберігання всіх версій документів та інших інформаційних об'єктів, максимально зручна систематизація сховища документів згідно із вимогами ОДВ; формування аналітичних і статистичних звітів, первинний аналіз даних та регулярна перевірка стану діловодства.

На першому етапі впровадження САДД необхідно забезпечити автоматизацію обробки та обліку вхідної, вихідної та внутрішньої кореспонденції, обробку та облік скарг, заяв і звернень громадян з особистих питань, підготовку, облік та затвердження розпоряджень та наказів, ведення електронного архіву документів тощо.

Основними вимогами до САДД можуть бути: можливість створення розвинутих картотек обліку документів та інших об'єктів; наявність розвинутої системи контролю виконання доручень та документів; відповідність системи та діловодних процесів, що нею автоматизуються, не тільки відомчим, а й державним стандартам України (ДСТУ) та нормативним документам; відповідність вимогам до захисту інформації та забезпечення конфіденційного документообігу, наявність засобів криптографічного захисту документів та електронного підпису; одночасна підтримка традиційного паперового документообігу та більш сучасного електронного; забезпечення одночасного руху документів та їх реєстраційних карток відповідно до маршрутно-технологічних схем їх опрацювання; впорядковане архівне зберігання всіх версій документів із вбудованими засобами їх повнотекстового пошуку; можливість колективної роботи виконавців з одним або кількома об'єктами обробки; відкрита архітектура, сумісність із сучасними

корпоративними СУБД, офісними програмними системами, засобами електронної пошти та факсимільного зв'язку; модульна побудова системи та можливість швидкої її реконфігурації при зміні організаційно-штатної структури ОДВ; використання сучасних Web-технологій для розподіленої обробки документів. САДД має включати такі комплекси автоматизованих функцій, як обробка документів, контроль виконавської

діяльності, моніторинг процесів обробки документів, проектування маршрутів їх руху, контроль за станом системи, ведення картотеки, підготовка документів комп'ютерними засобами, супровід системи та архіву документів.

Мета побудови інтернет-порталу поточного інформування населення та поширення інформації про діяльність ОДВ полягає в створенні двоспрямованого інформаційного ресурсу прогресивного типу для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства в оперативному (в деяких випадках – у режимі реального часу) інформуванні: виконання указів Президента України і постанов уряду; проекти та плани роботи ОДВ; поточну роботу ОДВ.

Водночас виникає потреба в організації оперативного реагування (спілкування) на звернення громадян шляхом проведення: гарячих ліній відповідальними керівниками ОДВ; громадських опитувань; голосування з різноманітних актуальних питань.

До складу інтернет-порталу ОДВ входять такі інформаційні блоки: новини про події, що сталися, огляд регіональних ЗМІ (щоденна інформація – поточні матеріали про діяльність ОДВ, роботу його керівників, стислий зміст їх виступів); документи – ті, що прийняті в ОДВ; керівництво – біографічні дані керівників ОДВ, цікаві факти життя, фотографії та інші матеріали; структура та регламент роботи – дані про структурні підрозділи, особовий склад, телефони, розпорядок дня та години прийому; регіон – поточні матеріали про життя регіону, основні події в ньому, показники його соціально-економічного розвитку, матеріали історичного та культурного характеру; зворотний зв'язок – публікація матеріалів телефонних гарячих ліній з актуальних питань розвитку регіону, запис прямих ефірів на телебаченні і радіо, розміщення узагальненої інформації про роботу із зверненнями громадян.

Інформаційне забезпечення ОДВ призначене для інформаційної підтримки функціонування підсистем у локальному режимі та режимі взаємодії підсистем. Інформаційне забезпечення виконує дві основні функції: інтеграцію інформаційних підсистем; забезпечення функціональних підсистем та фахівців необхідними даними, що використовуються при вирішенні завдань.

Проблеми та перспективи інформаційного забезпечення органів державної влади України. Аналіз стану формування і використання інформаційних ресурсів України, що становлять стратегічний ресурс сучасності, свідчить про наявність низки невирішених важливих проблем, пов'язаних з непослідовністю та несистемністю впровадження заходів, спрямованих на удосконалення управління згаданими ресурсами на стратегічному рівні. Стратегічно важливою залишається проблема координації правотворчого процесу щодо формування правових засад побудови, забезпечення функціонування і розвитку системи управління інформаційними ресурсами України, а також розвитку інформаційної інфраструктури країни.

Розвиток інформаційної сфери відкриває нові можливості для України в галузі економіки, політики, міжнародних відносин. У сучасних умовах світового соціально-економічного розвитку особливо важливою сферою стало інформаційне забезпечення процесу управління, яке полягає у збиранні й переробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Перед керуючим органом постають завдання отримання інформації, її переробки, а також генерування й передачі нової похідної інформації у вигляді керуючих впливів. Такі впливи здійснюються в оперативному й стратегічному аспектах і ґрунтуються на раніше отриманих даних, від правдивості й повноти яких багато в чому залежить успішне вирішення багатьох завдань управління. Прийняття будь-якого рішення вимагає оперативної обробки значних масивів інформації. Нині компетентність керівника вже залежить не тільки від досвіду, отриманого в минулому, а й від володіння достатнім обсягом актуальної для певної ситуації інформації та вміння на підставі цього зробити корисні висновки.

Управління та інформація безперервно взаємодіють, вони перебувають у постійному русі та зміні. Після отримання інформації, її аналізу та відповідної обробки виробляється рішення, яке приймає суб'єкт управління для подальшого впливу на систему. Під впливом управлінських рішень система знову змінюється, про що надходить відповідна інформація. Такий перебіг подій є об'єктивним, вони відбуваються безперервно. Інша справа – якою інформацією наділений суб'єкт управління. Якщо цієї інформації недостатньо, якщо вона необ'єктивна або поверхова, неглибоко відображає процеси, які відбуваються в суспільстві, то управлінське рішення може бути необґрунтованим, тобто не мати належної наукової основи.

Інформація як сукупність певних даних, чинників, характеристик про відповідні предмети, явища, процеси, відносини, події тощо, зібрані і систематизовані в придатну для використання форму, є основою державного управління. Управлінські процеси – це пошук, фіксація, аналіз, оцінка, поширення соціальної інформації, тобто інформації, пов'язаної з відображенням, пізнанням і перетворенням різних форм життєдіяльності людей. Інформація, не поєднана із знанням, досвідом та цілями людей, яка не враховує сутності суспільних процесів, не має, по суті, соціального значення, тобто не може впливати на мислення, поведінку і діяльність людей.

Перша проблема інформаційного забезпечення державного управління – це професійний аналіз інформації щодо її актуальності, необхідності і корисності для державно-управлінських відносин і процесів. Управлінська інформація має відповідати таким параметрам: 1) місцю і ролі держави в системі приватної і суспільної життєдіяльності людей і компетенції конкретних державних органів (обсяг і зміст управлінської інформації необхідно узгоджувати з компетенцією державних органів); 2) характеру та ієрархії законів та інших нормативних правових актів, що підлягають обов'язковій реалізації в управлінських процесах; 3) властивостям, формам, закономірностям і стану керованих об'єктів, які диференціюють і конкретизують управлінські дії різних державних органів, а також формують специфічні види управлінських відносин; 4) сприйняттю управлінських дій і відповідних змін під їх впливом, що свідчить про розвиток керованих об'єктів унаслідок державного впливу і виникнення в них нових потреб у нових управлінських діях.

Друга проблема інформаційного забезпечення державного управління визначається як науковий супровід управлінської інформації. У даний час у жодній сфері людської діяльності неможливо приймати правильні рішення, що базуються виключно на багаторічному досвіді та інтуїції керівників. Це пояснюється тим, що: 1) суспільство в цілому стало дуже складним і будь-яка галузь, у якій безпосередньо працює та чи інша людина, має різноманітні зв'язки зі всіма галузями людської діяльності; 2) темпи розвитку суспільства різко зросли, внаслідок чого виникла гостра необхідність завчасно передбачити шляхи і результати цього розвитку.

Таким чином, для прийняття управлінського рішення потрібна планова, нормативна, інструктивна, правова, статистична, облікова, наукова та інша інформація. Незалежно від виду вона має бути точною, повною, достовірною, надійною, зручною для сприйняття та оцінки. Необхідне системне узагальнення інформації, результати якого могли б стати управлінською інформацією, а остання – бути введена в управлінські дії.

Елементами інформаційно-аналітичної системи органів державної влади та органів місцевого самоврядування повинні бути бази даних необхідної інформації, системи зв'язку та передачі даних, системи обробки даних, автоматизовані робочі місця державних службовців.

Головною проблемою інформатизації влади в Україні залишається не стільки недостатнє фінансування впровадження ІКТ, як проблема їх ефективного використання. Проект електронного уряду в Україні вже має певне практичне втілення, проте в більшості сайтів органів державної влади та органів місцевого самоврядування застосовані режими рівня інформування та односторонньої взаємодії, ще відсутні режими двосторонньої інтелектуальної взаємодії та проведення трансакцій. У цілому для сучасного стану інформаційно-аналітичної діяльності органів влади в Україні характерне відставання технологізації процесів управлінської діяльності від сучасних потреб державного управління й сучасного рівня розвитку інформаційних технологій, а також нерозвиненість «публічної влади», прямих та зворотних інформаційних зв'язків органів державної влади і органів місцевого самоврядування з громадськістю та різноманітними недержавними джерелами масової інформації.

Основним завданням, яке стоїть перед інформаційними установами нашої держави сьогодні є розробка та впровадження системи аналітико-синтетичного опрацювання української наукової літератури, яка повинна забезпечити: створення єдиної системи кооперативної реферативної обробки вітчизняних документів, кумуляції та зберігання результатів опрацювання у загальнодержавній БД, забезпечення інтерактивного доступу до даних для учасників системи та інших користувачів; скорочення фінансових витрат, трудових і матеріальних ресурсів, за рахунок усунення дублювання під час обробки документів, на формування та експлуатацію загальнодоступних інтерактивних БД; організацію потужного телекомунікаційного центру на базі мережі Internet з метою доступу до зарубіжних БД для обміну реферативною інформацією та її використання. Для інформаційно-аналітичної діяльності особливої ваги набуває систематичність визначення кола питань, що виникають у процесі базової діяльності споживача інформації, їх аналіз та прогнозування тенденцій розвитку.

Одним з пріоритетів побудови інформаційного суспільства є інформатизація органів державної влади та органів місцевого самоврядування, яка має сприяти прозорості та відкритості влади, підвищенню ефективності праці чиновників, якісному наданню населенню країни різноманітних інформаційних послуг органами влади, демократизації виборчого процесу, інтеграції зі світовим інформаційним простором тощо.

Інформаційне забезпечення ОДВ – сукупність методів та засобів побудови та ведення фактографічних та повнотекстових баз даних, баз даних аудіо- та відеоінформації. Інформаційне забезпечення включає в себе засоби як позамашинної, так і машинної підтримки.

Система інформаційного забезпечення ОДВ має відповідати таким основним вимогам: зберігати інформацію в обсязі, потрібному та достатньому для вирішення завдань облдержадміністрації; здійснювати копіювання і зберігання масивів інформації згідно із вимогами до зберігання

інформації; забезпечувати мінімальний обсяг ручного введення вхідних даних; гарантувати можливість розширення інформаційних масивів із Законодавче регулювання інформаційної сфери в Україні.

В Україні інформаційне поле формується під могутнім впливом закордонних чинників. Аналіз відповідних статей Конституції України дозволяє дійти висновку про намагання вітчизняного законодавця побудувати інформаційну політику на основі демократичних та ліберальних норм та принципів, одночасно забезпечивши їхню адаптацію до українських умов.

Положення Конституції України розвиваються та конкретизуються у понад 200 документах, які встановлюють правові норми в інформаційній сфері. Серед них базові Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну таємницю», «Про зв'язок», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про рекламу», «Про Концепцію національної програми інформатизації», «Про Національну програму інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про електронний підпис», «Про електронний документообіг» та інші.

Експертиза українського інформаційного законодавства, котра неодноразово здійснювалася протягом останніх років, зокрема представниками ОБСЄ, свідчить про те, що законодавча та нормативно-правова база функціонування інформаційної сфери України в цілому відповідає європейським нормам. Взагалі, нормативно-правове забезпечення інформаційної сфери потребує суттєвого удосконалення (розроблення та ухвалення Інформаційного кодексу України). В Україні сформовано певну законодавчу базу забезпечення відкритості функціонування органів державної влади. Насамперед йдеться про Конституцію України (ст. 3, 32, 57 тощо), Закони «Про інформацію», «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну службу» тощо.

Основним недоліком чинного законодавства є його пасивний характер – декларовано лише необхідність забезпечення відкритості органів державної влади у відповідь на звернення громадян чи засобів масової інформації. Громадянин для отримання певної інформації має підготувати та подати до відповідної установи запит і протягом місяця очікувати відповідь. Як бачимо з цього, державні органи фактично відсутні в інформаційному просторі.

Значним недоліком чинного українського законодавства, зокрема в інформаційній сфері, є його неконкретність, певна розмитість формулювань. Фактично відсутні визначення конкретних механізмів оприлюднення інформації, конкретних документів, що мають публікуватися. Не встановлюються терміни цієї діяльності, майже відсутні норми прямої дії щодо фінансового та кадрового забезпечення. Лівова частка інформаційних відносин регулюється підзаконними, а подекуди й відомчими нормативними актами.

ТЕМА 5. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ПРОЦЕС: СУТЬ, ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Інформаційно-аналітичний процес: суть та принципи. Головні фактори результативності роботи аналітика. Етапи і порядок підготовки інформаційно-аналітичних документів. Проблема «пастки часу» і засоби її подолання.

Інформаційно-аналітичний процес у сфері управління являє собою процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень. Під час інформаційного процесу дані перетворюються з одного виду в інший за допомогою певних методів. Основні принципи організації інформаційно-аналітичного процесу, сформульовані американським генералом Вашингтоном Плетом, залишаються незмінними: повідомляти достовірно, своєчасно та ясно. Американський фахівець у сфері інформаційно-аналітичної роботи В.Плетт у своїй праці «Інформаційна робота стратегічної розвідки» виклав такі принципи інформаційно-аналітичної діяльності в міжнародних відносинах: 1) визначення понять; 2) використання всіх джерел; 3) розкриття значення фактів; 4) встановлення причин та наслідків. 5) врахування національного характеру народу; 6) визначення тенденцій розвитку; 7) ступінь вірогідності.

Результативність роботи аналітика вимірюється якістю виконання основних інформаційних процесів: пошуком інформації; збиранням; накопиченням; зберіганням; опрацюванням (аналізом); передаванням; використанням; захистом інформації. Не всі ці процеси можуть бути задіяні в процесі виконання конкретного замовлення – все залежить від конкретної ситуації.

Інформаційний пошук (ІП) (англ. Information retrieval) – наука про пошук неструктурованої документальної інформації. Це відноситься до пошуку інформації в документах, пошук самих документів, добуття метаданих з документів, пошуку тексту, зображень, відео та звуку у локальних реляційних базах даних, у гіпертекстових базах даних таких, як Інтернет та локальні інтранет. Переважна більшість пошукових систем орієнтована на роботу з пошуковими термінами. Результатом пошукової роботи є список документів який укладається згідно з певним принципом. Такий список називають впорядкованим.

Ефективність пошукових систем оцінюється двома параметрами: пошукова відповідність та пошукова якість. Існує лише три методи збирання зовнішньої інформації: спостереження; вивчення документів і джерел; інтерв'ю. Спостереження – пасивний метод збирання інформації. Кожен аналітик мусить бути пильним, уважним до деталей спостерігачем. У багатьох випадках спостереження є початковим етапом підготовки матеріалу, є поштовхом, який народжує потім обширний задум. Але, як правило, завжди в значному аналітичному матеріалі наявні елементи, джерелом яким є метод спостереження. Аналітика знає такі типи спостережень, як відкрите і

приховане, включене і невключене. Сутність їх полягає в тому, що аналітик стає на певний час членом якого-небудь колективу, організації, закладу, установи, щоб досконало, впритул, з близької відстані вивчити їх діяльність, настрої людей, умови праці, механізми здійснення фінансових чи бартерних операцій. Відкрите спостереження передбачає обізнаність навколишніх з тим, що їх вивчають, приховане – відсутність такої обізнаності. Приховане спостереження дає авторові майбутнього аналітичного продукту більше можливостей для ознайомлення з дійсним станом справ, гарантує неупереджене ставлення до нього членів колективу. Включене спостереження передбачає зарахування аналітика на штатну посаду й виконання ним самим певних службових обов'язків. Невключене дає можливість вивчення ситуації іззовні, але забезпечує більш широке ознайомлення аналітика з об'єктом вивчення, можливість побувати в різних структурних підрозділах великої фірми чи установи.

Вивчення документів і джерел – важливий етап роботи аналітика над складними аналітичними матеріалами, адже документи дають точну, об'єктивну інформацію. Під документом розуміється усякий матеріальний носій, який створений людиною для закріплення будь-яким способом спеціальної інформації з метою передавання її в просторі й часі. Матеріальними носіями інформації є папір, магнітофонна стрічка, кіноплівка, фотографія, електронний накопичувач інформації тощо. Джерела – це різновиди документів, а саме: письмові тексти, рукописні чи друковані, аудіо- та відеозаписи розмов та подій, фотографії, дискети з цифровими, текстовими матеріалами, на основі яких створюються аналітичні продукти.

Першоджерела, звітна документація – найважливіші джерела оперативної і фундаментальної інформації. Головна засада при роботі аналітика з документами й джерелами – неупередженість.

Правила роботи з документами: переконайтеся в тому, що документ створений компетентною (за службовим становищем) або спеціально уповноваженою для цієї мети особою; обстановка, у якій створювався документ, не вплинула на його зміст; у ньому не спотворені прізвища службових осіб; зміст документа відповідає відбитковій печатці та кутового штампу; документ підписаний уповноваженою для цієї мети особою.

Інтерв'ю – один із методів збирання інформації в аналітиці, сутність якого полягає в здобутті новин і повідомлень шляхом усного спілкування суб'єкта (аналітика) з об'єктом (бізнесменом, політичним діячем, науковцем). За типом спілкування є такі типи інтерв'ю: інтерв'ю на робочому місці; інтерв'ю вдома в об'єкта; інтерв'ю по телефону; інтерв'ю в інтер-ситуаціях. Накопичення інформації про проблему означає збирання й обробку різноманітних відомостей щодо проблеми, яка розглядається. Якість вирішення проблеми залежить від якості інформації про неї. Критерії якості інформаційних матеріалів: об'єктивність; повнота інформації; точність інформації; несуперечливість інформації; переконливість інформації; лаконічність; актуальність; своєчасність; комунікативність.

Аналітик забезпечує і визначає можливості виконання стандартних процедур опрацювання інформації: у прогнозуванні та плануванні; в організації; у контролі; в обліку; в аналізі; у звітності. Вивчаючи різноманітні документи, перевіряючи на їх основі можливі припущення, тобто здійснюючи аналіз інформації, з наявних повідомлень виводять різні твердження та їх обґрунтування, висновки, узагальнення, тобто здобувають інформацію, подаючи результати у вигляді нових повідомлень, правил, тверджень, виявлених закономірностей, здійснюючи таким чином синтез нових знань, нової, аналітичної інформації.

Інформація, що надійшла, називається вхідною інформацією. З цієї інформації після опрацювання утворюється якісно нова, вихідна (аналітична) інформація.

Передавання інформації. Аналітичні продукти, створені внаслідок опрацювання (аналізу) первинних документів, письмові, звукові, візуальні передають за допомогою сучасних засобів телекомунікацій (віддаленого зв'язку) – телефонного, радіо, електронного та супутникового зв'язку на будь-які відстані.

Використання інформації. Неправильне або зловмисне використання інформації в системах управління, зв'язку, виробничих та суспільних процесах може призвести до аварій, дезорганізації діяльності виробничих підприємств, соціальних криз тощо. Тому інформацію потрібно захищати від спотворювання, втрати, несанкціонованого доступу, зловмисного використання.

Захист інформації. В інформаційно-аналітичній діяльності постійно виникає необхідність аналітичні продукти приховувати від конкурентів, захищати їх. Особливо це стосується бізнесових, політичних, соціальних проектів. Інформація сьогодні стала продуктом і товаром, який можна купувати, продавати, обмінювати.

Напрями захисту інформації: 1) захист від випадкових чинників, тобто неправильних дій користувача, виходу з ладу апаратури; 2) захист від злочинних дій, що полягають у розкритті конфіденційності (секретної) інформації, у несанкціонованому доступі до інформаційних ресурсів. Ці завдання виконують служби безпеки, які забезпечують цілісність та надійність даних, контроль доступу до інформації і захист від збоїв апаратури. Всі названі фактори, їх бездоганне виконання і є запорукою ефективної і результативної роботи аналітика.

«Пастка часу» – це невміння аналітиків (як правило, початківців) правильно розрахувати час для підготовки достовірного інформаційно-аналітичного продукту. Проблема браку часу полягає у невмінні планувати час. Проблема підвищення продуктивності праці і ефективного витрачання часу була і є актуальною. Встановлено, що на виконання 80 відсотків всього обсягу роботи затрачається не більш, ніж 20 відсотків робочого часу. Решту часу з'їдає так звана рутинна. Фахівці рекомендують чітко визначитися зі стратегічними цілями і пріоритетами і саме їм віддати продуктивні 20

відсотків. Всі справи фахівці радять розділити на чотири групи: 1) важливі і термінові справи. Ними слід опікатися в першу чергу і бажано робити самому; 2) важливі і нетермінові справи. Їх доцільно помістити у графік виконання довгострокових завдань; 3) неважливі, але термінові справи. Опікуватися такими справами слід доручити комусь і з співробітників, а собі залишити контроль за їх виконанням; 4) неважливі і нетермінові справи. Справи цієї категорії слід передовірити підлеглим.

Виконання найвідповідальніших справ бажано планувати на ті дні тижня, коли у працівника спостерігається найвища працездатність. Виконання рутинної і складної роботи бажано чередувати. Справи, що потребують великих затрат часу, доцільно розбити на етапи. Після завершення чергового етапу, можна зайнятися якоюсь іншою менш важливою справою. Через кожні півтори години роботи доцільно влаштувати 15-хвилинний перепочинок. Тайм-аути допомагають зберегти сили на виконання конкретної роботи і зберегти здоров'я у цілому.

Фахівці пропонують такий перелік способів економії часу: точне визначення цілей; зосередженість на головному; створення стимулів; встановлення термінів; рішучість; вміння говорити «ні»; контроль часу використання телефону і інтернету; ведення нотаток; фільтрація перешкод; повне використання часу; зміна занять; контроль за вільним часом.

ТЕМА 6. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА РОБОТА ЯК ПРОЦЕС ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ

Інформаційна робота як процес творчого мислення керівника соціального закладу. Оціночна діяльність і прогнозування в інформаційно-аналітичному процесі. Інформаційне забезпечення управління.

Підхід до процедури підготовки документів, як процесу творчого мислення, відображає змістовно-аналітичний аспект інформаційної діяльності. Потреба у творчому мисленні виникає перш за все при вирішенні нестандартних завдань, які вимагають відповідного підходу для свого розв'язання. Дослідник повинен уже на ранніх стадіях своєї роботи, а саме на етапі збору необхідної інформації, побудувати робочу гіпотезу стосовно найважливіших чинників. Інтелектуальний процес може бути представлений як послідовність стадій, що змістовно відрізняються одна від одної: накопичення відомостей (фактів) та знань; осмислення накопиченого матеріалу; побудова ментальних конструкцій та формування висновків; перевірка висновків.

Невід'ємною складовою будь-якого інформаційно-аналітичного процесу є побудова гіпотези. Гіпотези, як правило, бувають представлені у формі різноманітних оцінок імовірних сценаріїв подій. Оцінки ці можуть носити ретроспективний, поточний або перспективний характер. Різниця в

методиці між оцінками імовірних альтернативних сценаріїв поточних і перспективних подій зменшується зі скороченням відрізка часу, на який розробляється прогноз. Прогноз являє собою науково обґрунтоване судження про можливі стани об'єкта в майбутньому або про альтернативні шляхи і терміни їхнього здійснення.

Розробка певним суб'єктом імовірних сценаріїв подій як альтернативних для ретроспективи і сучасного етапу, так і перспективного періоду (тобто прогнозування) здійснюється з метою вироблення найкращих варіантів поведінки цього суб'єкта. Схематично узагальнений підхід до їхньої побудови можна описати формулою «якщо ... то ...», тобто якщо складатимуться умови x_1 , то, як наслідок, можна очікувати на реалізацію сценарію y_1 , а якщо складатимуться умови x_2 , то в результаті найімовірнішою буде ситуація y_2 . Головна перевага такої схеми прогнозу (оцінки) полягає в тому, що її кінцевим результатом виступає система ймовірних причинно-наслідкових зв'язків і ймовірні сценарії поведінки певних суб'єктів.

Пошуковий прогноз – це визначення можливих станів явища в майбутньому. Тобто умовне продовження в майбутньому тенденцій розвитку явища, яке вивчається в минулому і теперішньому часі абстрагуючись від можливих рішень, дії на основі яких можуть радикально змінити тенденції, викликати в деяких випадках самоутвердження або самознищення прогнозу. Такий прогноз відповідає на запитання: що, швидше за все станеться при умові збереження існуючих тенденцій? Нормативний прогноз – це визначення шляхів і строків досягнення можливих станів явища що приймаються в якості мети. Мається на увазі прогнозування досягнення бажаних станів на основі наперед заданих норм, ідеалів, стимулів, цілей. Такий прогноз відповідає на запитання: якими шляхами досягти бажаного?

За періодом упередження – проміжком часу, на який розраховано прогноз, – розрізняють оперативні (поточні), коротко-, середньо-, довго- та далекотермінові (наддовготермінові) прогнози.

Оперативний, як правило, розрахований на перспективу, протягом якої не очікується істотних змін об'єкта дослідження - ані кількісних, ані якісних.

Короткотерміновий – на перспективу тільки кількісних змін, довготерміновий – не тільки кількісних, але головним чином, якісних.

Середньотерміновий охоплює перспективу між коротко- та довготерміновим із перевагою кількісних змін над якісними, далекотерміновий (наддовготерміновий) – перспективу, коли очікуються настільки значні якісні зміни, що говорити можна, власне тільки про найзагальніші перспективи розвитку природи та суспільства. Часова градація прогнозів є відносною і залежить від характеру та мети даного прогнозу. У деяких науково-технічних прогнозах період упередження навіть довготермінових прогнозів може вимірюватися днями. У соціально-економічних прогнозах, відповідно до характеру та темпів розвитку прогнозованих явищ, емпірично встановлений такий часовий масштаб:

оперативні прогнози – на кілька (зазвичай до п'яти) років, довготермінові – на період понад п'ять і приблизно до п'ятнадцяти – двадцяти років, далекотермінові – за межами довготермінових.

За ступенем формалізації всі методи прогнозування діляться на інтуїтивні та формалізовані. Інтуїтивне прогнозування застосовується, коли об'єкт прогнозування або надто простий, або настільки складний, що аналітично врахувати вплив багатьох факторів практично неможливо. У таких випадках вдаються до опитування експертів. Отримані індивідуальні та колективні експертні оцінки використовують як кінцеві прогнози чи як вихідні дані у комплексних системах прогнозування.

При виборі методів прогнозування важливим показником є глибина упередження прогнозу.

Інформаційну складову управлінської праці становить збирання, зберігання, опрацювання (аналіз) і передача інформації. Через органи управління проходить велика за обсягом, різноманітністю і динамікою інформація. Одна її частина має безпосередньо управлінський характер, інша виражає взаємозв'язки державного апарату із суспільством, з його численними проявами і потребами, інтересами громадян. Інформацію, яка циркулює в органах державної влади, можна визначити як соціально-управлінську інформацію. Будь-який вид виробничо-економічної діяльності ґрунтується на відповідному інформаційному забезпеченні, в тому числі економічною, науково-технічною, оглядово-аналітичною, фактографічною та іншою інформацією.

Інформаційне забезпечення управління – це організація цілеспрямованих масивів інформації й інформаційних потоків, яка включає збирання, зберігання, опрацювання і передавання інформації (в тому числі і з використанням комп'ютерних інформаційних систем) з метою аналізу одержаних результатів для підготовки, обґрунтування і прийняття управлінських рішень органами управління. Володіння достовірною і актуальною інформацією поряд з умінням ефективно використовувати адекватні методи її збирання, аналізу і надання є основою успішної діяльності підприємств і організацій будь-якої організаційно-правової форми.

Диференціація попиту на всі види інформації – наукову, технічну, економічну, урядову, задоволення зростаючих інформаційних потреб є актуальним завданням у сфері управління. Інтуїтивні дії у цій сфері, відсутність інформаційної політики підприємства можуть призвести до неадекватних рішень і відчутних фінансових витрат. Однією з особливостей управлінської праці є постійна необхідність прийняття рішень в умовах дефіциту часу. Процес вироблення і прийняття рішень у системі управління по суті є інформаційним процесом. Рішення – це «згусток» інформації, спеціально зібраної проаналізованої і опрацьованої суб'єктом управління. Аналіз видів управлінської діяльності дозволяє визначити завдання, вирішувані в організації і виконавців цих завдань. За ступенем інтелектуальності і складності аналітичні завдання можна класифікувати: 1 клас – найбільш прості завдання, які складаються з повністю формалізованих

процедур і виконання яких, крім витрат часу, не становить ніякої складності для виконавців. Ці завдання стандартизуються і програмуються. До них відносяться контроль і облік, оформлення документів їх тиражування, розсилку та ін. Такі завдання вирішуються практично всіма автоматизованими інформаційними системами. Завдання цього класу, якщо вони використовуються для прийняття рішень, називаються завданнями прийняття рішень в умовах повної визначеності. При цьому випадкові і невизначені чинники відсутні. 2 клас – більш складні завдання прийняття рішень в умовах ризику, тобто в тому випадку, коли наявні випадкові чинники, але для яких відомі закони їх впливу. Постановка і вирішення таких завдань можливі на основі методів теорії ймовірностей, аналітичного та імітаційного моделювання. 3 клас завдань становлять слабо структуровані завдання, які містять невідомі або невимірювані компоненти (кількісно не оцінювані). Для цих завдань характерна відсутність методів розв'язання на основі безпосереднього опрацювання даних. Постановка завдань базується на прийнятті рішень в умовах неповної інформації. У ряді випадків на основі теорії нечітких множин і застосувань цієї теорії вдається побудувати формальні схеми рішення. 4 клас завдань становлять завдання прийняття рішень в умовах протидії або конфлікту (наприклад, необхідно враховувати наявність активно діючих конкурентів). У завданнях цього класу можуть бути наявні випадкові чинники, для яких невідомі закони їх впливу. Постановка і вирішення таких завдань можливі (але не завжди) методами теорії ймовірностей, нечітких множин і теорії ігор. 5 клас – найбільш складні завдання прийняття рішень, які характеризуються відсутністю можливості формалізації через високий ступінь невизначеності. Ефективне вирішення не завжди можливе.

ТЕМА 7. НОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА

Нові інформаційні технології обробки інформації. WWW-технології в інформаційній сфері. Інформаційні технології аналітичної обробки інформації. Сучасні технології спільної роботи.

Питання створення інформаційно-комунікаційних систем, які б ефективно працювали з інформаційними ресурсами, є надзвичайно актуальним. Зараз інформаційні технології впроваджуються на багатьох підприємствах, організаціях та різних органах влади.

Нова інформаційна технологія – це сукупність автоматизованих процесів руху (по каналах зв'язку) і обробки інформації тієї чи іншої предметної області (або їх сукупності), що видається користувачу на екран ЕОМ. Інформаційні технології (ІТ) – це системноорганізована для вирішення завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, використання

засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація надається тим, хто її потребує.

Інформаційні технології в даний час можна класифікувати за рядом ознак, зокрема: способом реалізації в інформаційній системі, ступенем охоплення завдань управління, класами здійснюваних технологічних операцій, типом призначеного для користувача інтерфейсу, варіантами використання мережі ЕОМ тощо.

У зв'язку з тим, що аналітику доводиться приймати рішення в умовах високого ступеня невизначеності та ризику, нові можливості інформаційних систем дуже швидко починають знаходити застосування в бізнесі. Кажучи про «нові» можливості ІС в управлінні, справедливніше називати деякі з них новими тільки для нас. Наприклад, системи підтримки прийняття рішень вже більше двох десятиліть використовуються в розвинених країнах, але поки що не набули широкого поширення в нашій країні.

Стратегічна мета інформаційних технологій – сприяти управлінню економічними комплексами, реагувати на динаміку ринку, створювати, підтримувати та поглиблювати конкурентні переваги. Виконання цього завдання вимагає побудови інформаційно-технологічних систем, які мають наступні атрибути: а) максимальна доступність – кожна людина може дістати доступ до ІТ ресурсів у будь-який час і з будь-якого місця; б) будь-який інформаційний об'єкт повинен бути доступний одночасно багатьом; в) маневреність прикладних програм – необхідний перехід до мережевої архітектури, що призводить до серйозних змін в організації і роботі ІТ-відділів.

Основу нової інформаційної (безпаперової) технології, при якій застосовуються ПЕОМ, складають розподілені системи сучасної обчислювальної техніки, програмне забезпечення, розвиток комунікацій, безпаперове (тобто екранне) видавання обробленої інформації користувачам. Користувачу, який не є програмістом, надана змога прямого спілкування з ПЕОМ за допомогою діалогового режиму. Програмно-апаратні засоби (бази даних, експертні системи, бази знань тощо), якими забезпечується ПЕОМ, створюють зручність у роботі, дозволяють не тільки автоматизувати процес зміни форми і місця розміщення інформації, але і змінити її зміст. Сучасні ПЕОМ не викликають інформаційну продуктивність, але надають можливість фахівцю підвищити продуктивність праці шляхом збільшення обсягів робіт, які він виконує індивідуально.

Для такої технології характерні: праця користувача на ПЕОМ у режимі маніпулювання; прохідна (наскрізна) інформаційна підтримка на всіх етапах проходження інформації на основі інтегрованої бази даних, яка забезпечує єдину уніфіковану форму зображення, зберігання, пошуку, відображення, відновлення і захисту інформації; безпаперовий процес обробки інформації, при якому на папері фіксується (за необхідністю) лише остаточний варіант розрахунків у вигляді; документи, проміжні версії і необхідні дані записані на машинні носії і доводяться до відома користувача через екран ПЕОМ; інтерактивний (діалоговий) режим рішення задачі (одержання необхідних

показників) з широкими можливостями для користувача; можливість колективного виконання документів на основі об'єднаної каналами зв'язку групи ПЕОН, які працюють в одному режимі; можливість адаптивної перебудови форм і способу подання інформації у процесі рішення задачі або при одержанні необхідних показників.

Нова інформаційна технологія може бути впроваджена на об'єкті управління двома способами: в локальні інформаційні структури, які засновані на адаптації нової інформаційної технології до діючої організаційної структури; та на удосконаленні докорінним чином діючої організаційної структури управління.

WWW-технології в інформаційній сфері. Інформаційна глобальна мережа Інтернету (Internet) – феномен кінця XX століття – є головним інструментом людства при його переході від індустріальної до інформаційної ери. Інтернет є головним світовим джерелом інформації, оперативним глобальним засобом зв'язку, базою для розвитку технології майбутнього. Проголошена як світова інформаційна супермагістраль, Інтернет є об'єктом вкладення величезних сил і коштів міжнародних організацій, урядів і приватних фірм в усьому світі. Мережа дала потужний імпульс розвитку корпоративних інформаційних систем, значна частина яких будується на основі технологій Інтернету.

WWW-технологія – це розподілена інформаційна система мультимедіа, заснована на спеціальних протоколах прийому і передачі гіпертекстової інформації.

Розподіленою такою інформаційною системою називають тому, що використовується в ній інформація зберігається на кількох десятках мільйонів географічних розподілених комп'ютерних систем з відповідним програмним забезпеченням (Web-серверів), об'єднаних телекомунікаційними засобами глобальної мережі Інтернет. Користувачі, що мають доступ до Інтернету, можуть одержувати цю інформацію, також використовуючи спеціальне програмне забезпечення – так звані програми перегляду WWW-документів (WWW-browsers). Мультимедіа-інформація – це інформація, представлена не тільки в текстовій, але і в графічній формі з використанням відео і звукових даних.

Інформація представлена у вигляді документів, які можуть містити посилання на інші документи, що зберігаються як на тому ж, так і на іншому сервері. На екрані комп'ютера текстові або графічні посилання, виділені якимось чином – (наприклад, іншим кольором і/або підкресленням). Використовуючи посилання, так звані гіперзв'язки, користувач програми перегляду може автоматично зв'язатися з відповідним джерелом інформації в мережі і запросити документ, на який зроблено посилання. У більшості програм перегляду WWW-документів вибір гіперзв'язків здійснюється за допомогою переміщення курсору миші до виділеної ділянки, що зображає гіперзв'язок, і клацання клавішею миші. При цьому програма перегляду (browser) посилає по комп'ютерній мережі запит Web-сервера, що зберігає

файл з необхідним документом. Отримавши запит, сервер посилає клієнту цей файл або повідомлення про відмову, якщо потрібний документ з тих чи інших причин недоступний.

Необхідною умовою широкого використання WWW-технологій в органах державного і муніципального управління є побудова загальнонаціональної інформаційної системи, що включає наступні компоненти: сучасну телекомунікаційну інфраструктуру на основі каналів зв'язку різної природи (кабельні, супутникові та ін.); розподілену ієрархічну комп'ютерну мережу, яка входить в інформаційний простір Інтернет та поєднує інформаційні системи федеральних і регіональних органів державної влади, органів місцевого самоврядування; систему національних інформаційних ресурсів, побудовану по технології Інтранет і включає реєстри, кадастри, банки даних федерального і регіонального рівня – комплексну систему інформаційної безпеки, що охоплює всі компоненти системи і запобігає загрозу руйнування системи, несанкціонованого доступу до даних і поширення суспільно небезпечної інформації.

Побудова інформаційної системи такого масштабу на основі відкритих технологічних рішень Інтернету має безсумнівні переваги перед рішеннями, орієнтованими на закриті унікальні технології: інтеграція інформаційних ресурсів федерального і регіонального рівня, побудова базових загальнонаціональних ресурсів (реєстри правової інформації, юридичних і фізичних осіб) за технологією розподілених банків даних; забезпечення ефективного доступу до інформаційних ресурсів по всій території країни, організація міжрегіонального інформаційного обміну; гнучкість і поширюваність (масштабованість), простота інтеграції нових інформаційних систем; мінімізація витрат на створення і експлуатацію галузевих, регіональних та муніципальних інформаційних систем за рахунок тиражування уніфікованих програмно-технологічних рішень і організації централізованого супроводу. WWW-технології з успіхом використовуються для зворотного зв'язку з громадянами на рівні державного та місцевого самоврядування.

Управлінське рішення – результат вибору суб'єктом управління способу дій, спрямованих на вирішення поставленого завдання в існуючій чи спроектованій ситуації. Головні чинники, що впливають на прийняття того чи іншого рішення: аналіз всієї доступної первинної інформації (документів, фактів, усних повідомлень тощо) і формування на його основі відповідних висновків; інтелектуальний рівень, розумові та аналітичні здібності суб'єкта аналізу ситуації/проблеми; особистий досвід управлінця (особливо з вирішення подібних проблем).

Гостро стоїть проблема інформаційно-аналітичних технологій прийняття єдиноправильного ефективного управлінського рішення незалежно від того, чи буде приймати його сам суб'єкт, чи йому допоможуть аналітики/експерти. Кожна технологія є унікальною, неповторною, оскільки залежить від специфіки завдання, самої проблеми і, зрештою, уподобань суб'єкта/виконавця. «Універсальна технологія аналітичної діяльності» В.

Плетта. Сам термін «технологія» означає «організовану в часі і просторі стійку (інваріантну) по відношенню до заданих варіацій умов реалізації сукупність методів оперування деякими об'єктами, що приводить до досягнення поставленої мети». Американський генерал Вашингтон Плетт який запропонував досить простий і зрозумілий алгоритм роботи з інформацією, який складається із семи основних етапів: загальне знайомство з проблемою, збір фактів (інформації), тлумачення фактів (обдумування матеріалу), Побудова гіпотези, Висновки (формування висновків їх перевірка), оформлення матеріалу (Розмірковування).

Сучасні технології спільної роботи: корпоративні системи електронної пошти; технології баз даних колективного доступу; технології управління загальним документообігом; Інтернет-технології. Всі технології цієї групи повинні ефективно функціонувати на трьох рівнях організаційної складності: рівень відділів і підрозділів; рівень інтегрованої організації; рівень розширеної організації (включає в себе всі зв'язки із зовнішнім світом – користувачами, партнерами і постачальниками інформаційних послуг).

Інформування зовнішніх учасників, потенційно зацікавлених організацій і користувачів зазвичай відбувається через корпоративний web-сайт (можливість читання, «скачування» інформації, заповнення електронних форм і т. д.) і забезпечення засобів для спільної роботи спільнот людей і організацій. Одночасно для повідомлення і пересилки інформації співробітникам і організаціям можуть бути задіяні інтегровані web-засоби електронної пошти. Інформування учасників інформаційних зв'язків та їхня спільна робота засновані на використанні інтелектуального капіталу підрозділів та організації в цілому: створення, зберігання, категоризація, поширення, оцінка і архівування інформації та інтелектуальних цінностей засобами колективної роботи з документами

Існує три технології обробки даних: централізована, децентралізована та змішана. Централізована технологія передбачає наявність підрозділу, що займається збором та введенням даних з одного боку, та рішенням відповідних проблем з допомогою засобів обчислювальної техніки і отримання результатів з другого (інформаційно-обчислювальний центр колективного використання).

Децентралізована технологія орієнтована на масове впровадження персональних комп'ютерів на робочих місцях працівників фінансових установ, які використовують обчислювальну техніку у своїй професійній діяльності.

Змішана технологія ґрунтується на широкому використанні потужностей обчислювальних центрів колективного використання, які мають розвинену систему периферійних засобів для введення, первинної обробки і нагромадження вхідної інформації, каналів зв'язку, котрі забезпечують підімкнення персональних комп'ютерів (ПК) до обчислювальної мережі.

Децентралізована обробка даних в інформаційних системах є найбільш ефективною, тому що забезпечує введення та обробку інформації без посередників і надає фахівцю необхідний інструментарій для вирішення виробничих чи управлінських проблем. Вона економна: вивільняється персонал централізованої підготовки даних та частково обчислювального центру.

ТЕМА 8. ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ієрархічні рівні організації ІАД. Специфіка організації інформаційних послуг в сфері управління. Організація діяльності інформаційно-аналітичної служби. Менеджмент кадрових ресурсів, фінансування та матеріально-технічна база організації як головні чинники успішної ІАД.

Організація інформаційної діяльності – це спосіб функціонування структурних елементів будь-якої інформаційної системи (підприємства, політичної партії, держави тощо). Відповідно організація інформаційної діяльності будь-якого суб'єкта управління – це спосіб функціонування структурних елементів інформаційної системи даного суб'єкта. Організована інформаційна діяльність часто має ієрархічний характер. Рівні організації інформаційної діяльності у сфері управління: міжнародний; загальнодержавний/національний; регіональний (у межах певної держави); підприємство або некомерційна організація, як правило, юридична особа (у межах певної держави); у межах структурних ланок підприємств і некомерційних організацій; індивідуальний.

На кожному з означених рівнів існує певна кількість суб'єктів (не менше одного), які виступають координаторами/організаторами потоків інформації, а в певних випадках й інформаційних відносин взагалі. Рівні організації інформаційної діяльності характеризуються: кількісним та якісним складом суб'єктів; характером самоорганізації цього рівня інформаційної діяльності, ступенем його централізації (децентралізації); співвідношенням економічних та адміністративних (неекономічних) механізмів регулювання діяльності суб'єктів цього рівня; характером відносин між суб'єктами (відносини ієрархії, рівності тощо; швидкістю реакції суб'єктів на вплив зовнішніх чинників, ступенем мобільності

(інертності) цього рівня організації інформаційної діяльності в цілому; обсягами, ступенем різноманіття та складності потоків інформації, що функціонують на цьому рівні ієрархії; потенційними можливостями ("пропускною спроможністю") суб'єктів цього рівня ієрархії в царині збору, переробки, зберігання та передачі інформації.

Причому організація інформаційної діяльності на певному рівні ієрархії управління: спрямована перш за все на забезпечення життєдіяльності суб'єктів цього рівня; зв'язана з інформаційною діяльністю на вищих і нижчих рівнях ієрархії через систему прямих і зворотних зв'язків; певною мірою впливає на організацію інформаційної діяльності нижчого рівня ієрархії та, у свою чергу, її ефективність на цьому рівні залежить від ефективності організації інформаційної діяльності нижчого рівня.

Ієрархічні рівні простежуються і в межах діяльності окремої організації щодо організації ІАД.

Групи працівників у галузі інформаційно-аналітичної діяльності відповідно до виконуваних ними завдань:

1) керівники (директори, головні адміністратори, виконавчі директори, координатори аналітичних служб, начальники відділів), які виконують, як правило, завдання четвертого і п'ятого класів. Творчий елемент їх роботи максимальний, а рутинний зміст мінімальний. Ці працівники несуть найбільшу відповідальність за прийняття рішень і є основними користувачами узагальнених інформаційних ресурсів організації. Основна форма діяльності такого керівника – ділове спілкування. Для керівника характерний такий розподіл часу протягом дня: ділові контакти - 47%, робота з документами - 29%, телефонні переговори - 9%, відрядження (поїздки) - 6%, аналіз проблем і прийняття рішень – 4%, інше - 5%.

2) складають спеціалісти-фахівці (інженери з науково-технічної інформації, референти-аналітики, експерти-аналітики, наукові співробітники), які виконують завдання другого і третього класів і формують інтелектуальний базис установи. Для цих спеціалістів характерний такий розподіл часу протягом робочого дня: ділові контакти – 23%, робота з документами – 42%, телефонні переговори – 17%, аналітична робота – 12%, інше – 6%. Ефективність функціонування установи в основному визначається продуктивністю діяльності цих спеціалістів, особливо у питаннях створення нової інформації.

3) технічні працівники (менеджери, оброблювачі інформаційного матеріалу, допоміжний персонал), які виконують всю рутинну роботу (завдання першого класу). Робота цих працівників регламентована, але не потребує розуміння змісту опрацьовуваної інформації. До цієї ж групи відносяться працівники, які мають суто виробничі навички (друкарки,

оператори). Основний критерій продуктивності їх роботи – оперативність і своєчасність опрацювання без збоїв і помилок.

4) секретарі (найбільш поліфункціональні працівники). Вони готують листи, накази, розпорядження та інші документи, копіюють і розсилають документи, ведуть файли документів, здійснюють телефонні контакти, планують зустрічі і поїздки, організують «календарі» своїх керівників. Для цієї групи працівників характерний такий розподіл часу: робота з документами – 69%, телефонні переговори – 20%, ведення обліку – 6%, інше – 5%.

Основний клас завдань, притаманний інформаційно-аналітичним фахівцям – документаційне забезпечення управління. Незалежно від класу завдань, рішення будь-якого з них передбачає проведення великого обсягу типових офісних робіт, які включають: опрацювання вхідної і вихідної інформації: читання і відповіді на листи (як електронні, так і звичайні), написання звітів, циркулярів та іншої документації, яка може містити також малюнки і діаграми; збирання і подальший аналіз деяких даних, наприклад звітності за певні періоди часу за різними підрозділами або організаціями, яка задовольняє різним критеріям відбору; збереження інформації, яка надійшла, забезпечення швидкого доступу до неї і пошук необхідної у даний момент інформації.

Діяльність має бути чітко скоординована між особами, які її виконують; повинні бути забезпечені тісні зв'язки, які дозволяють обмінюватись інформацією у короткі терміни, а процес руху документів має бути ефективно організований.

Інформаційно-аналітичний процес у сфері управління являє собою процес пошуку збору, переробки та подання інформації у формі придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень.

Управлінські рішення спрямовані на розв'язання конкретних питань і, як правило, мають чіткі термінові межі та у встановлений період повинні втілюватись у життя. Особливо наочно це проявляється в бізнесі, де термін виконання ділових угод завжди визначений і короткий. Це ж стосується й військової сфери особливо під час бойових дій та й у політиці.

Продукт, створений у результаті інформаційно-аналітичного процесу, повинен бути придатним для використання замовником, корисним для нього вже в момент свого створення. Сам же результат інформаційно-аналітичної діяльності, як правило, матеріалізується у формі будь-якого документа.

Однією з особливостей управлінської праці є постійна необхідність прийняття рішень в умовах дефіциту часу. Процес вироблення і прийняття рішень в системі управління за суттю є інформаційним процесом.

Рішення – це «згусток» інформації, спеціально зібраної, проаналізованої і опрацьованої. Рішення інформаційне за своєю сутністю, при чому являє собою констатацію нинішнього стану системи, синтез інформації про сьогоднішній день з інформацією про майбутнє, яке виражене у меті, яка поставлена перед системою.

Управління, як процес планування, організації, мотивації і контролю, передбачає наявність і єдність двох підсистем – керованої і керуючої.

Взаємодія об'єкта і суб'єкта управління – це, перш за все, інформаційна взаємодія. Завдяки обміну інформацією між суб'єктом і об'єктом управління система виробляє команди управління для підтримання своєї життєдіяльності і виконання поставлених перед нею цілей і потребує зворотнього зв'язку - надходження інформації про результати.

Тільки систематизована інформація дає можливість керівнику визначати ефективність організаційно-економічних, соціальних та інших заходів, а також залежно від умов, які складаються, змінювати накреслену програму. Чим краще поінформований керівник, тим більш оперативні і вищі за якістю його рішення.

Аналітик (експерт), виробляючи управлінські рішення, передає їх об'єкту управління, оформлюючи інформацію у вигляді інформаційно-аналітичних документів (звітів, оглядів, рефератів та ін.). Часто для одержання ефективного результату в процесі управління необхідна як усна, так і письмова взаємодія між суб'єктом і об'єктом, однак, для більшості процесів управління важлива наявність інформації, закріпленої на матеріальному носії.

Таким чином, результат управління залежить від того, наскільки продумано, систематично і професійно відбувається інформаційна взаємодія між суб'єктом і об'єктом управління.

Управлінську інформацію можна умовно поділити на три категорії:

інформація стратегічного планування дозволяє вищому керівництву приймати рішення із встановлення довготермінових цілей, накопичення ресурсів для досягнення цих цілей і формулювати політику їх досягнення (може містити перспективні оцінки середовища, економічні прогнози і демографічні тенденції); контрольна управлінська інформація використовується менеджерами середнього рівня для координації різних підконтрольних їм дій, приведення ресурсів у відповідність із завданнями і розробки оперативних планів; оперативна інформація допомагає виконувати звичайні повсякденні операції) розрахунок заробітної платні і фінансові розрахунки та ін.

Інформаційне забезпечення управління і бізнесу передбачає: комплексне інформаційне забезпечення найбільш повною і достовірною фактографічною і концептуальною інформацією порівняльного і прогнозного характеру – стану, тенденцій і перспектив розвитку предметної галузі, конкретних об'єктів-аналогів; підготовка аналітичних, порівняльних або реферативних оглядів; проведення патентних досліджень; організація консультацій, експертних оцінок; співставлення техніко-економічних параметрів виробів; переклад ділової інформації; формування спеціалізованих (в тому числі повнотекстових) баз даних для побудови аналітичних моделей і кількісного аналізу об'єктів експертизи і прогнозування.

Для ефективної роботи необхідне знання джерел інформації, характеристик інформаційних масивів: розсіяння інформації, старіння, актуальності інформації, оцінювання характеристик інформації – якісних (достовірність, об'єктивність, однозначність, своєчасність, релевантність, пертинентність, актуальність), кількісних (повнота, достатність), ціннісних.

Забезпечити стійке положення на ринку підприємству дозволяє така інформація: про безпеку у підприємницькій діяльності; про законодавчі та нормативні документи; про діяльність фірм і підприємств; про виставки; про ділову документацію; про маркетингові дослідження; про надійність зарубіжних партнерів; про надійність вітчизняних партнерів; про науково-технічні досягнення; про покупців; про репутацію партнерів; про ціни; про зовнішньоекономічну діяльність; оцінка бізнес-проектів; фінансова інформація. інформація про джерела інформації: основні періодичні видання про інформаційний ринок; довідкові матеріали про інформаційний ринок.

Професія аналітика у більшості випадків універсальна. Різновиди аналітиків: аналітики-маркетологи, фінансові аналітики, фондові аналітики, штатні бізнес-консультанти, системні аналітики, інформаційні аналітики (співробітники спеціалізованих дослідницьких центрів). Це можуть бути інформаційно-аналітичні служби, які здійснюють соціологічні, маркетингові та інші дослідження. І це – ще не повний перелік. Фахівець з аналітичним складом мислення може знайти собі застосування у найрізноманітніших сферах. Найдинамічніше зараз розвивається сектор «високотехнологічної» аналітики. Такі фахівці потрібні компаніям, щоб покращувати корпоративну систему безпеки і працювати з величезними базами даних. У майбутньому, на думку фахівців, попит на цих фахівців зростатиме більше, ніж на інших аналітиків. Проте поки що найбільш затребувані *аналітики-маркетологи*. Найчастіше їх потребують компанії зі сфери торгівлі, а також виробники товарів.

Організація діяльності інформаційно-аналітичних служб (ІАС), їх специфіка прямо залежить від сфери діяльності. Від того ж вибудовується і структура ІАС.

х основні різновиди: ІАС органів державної влади і органів місцевого самоврядування; ІАС у вищих навчальних закладах; ІАС у комерційних організаціях та неурядових аналітичних центрах; ІАС у організаціях, що мають статус неприбуткових; ІАС у партіях.

ІАС складаються з: 1. Центру управління на чолі з директором чи координатором; 2. Експертного відділу (інформаційно-аналітичного відділу) з базою даних; 3. Науково-методичного відділу (юридичного); 4. Відділу моніторингу; 5. Адміністративно-фінансового відділу.

Можливі додаткові відділи: відділ регіональної інформації, соціологічну службу, відділ спеціальної інформації, відділ кадрового забезпечення. Можливі й інші доповнення. Все залежить від потреб і фінансових можливостей служби.

Інформаційно-аналітичні служби за кордоном (як приклад, США) мають дещо відмінну структуру: 1. Рада опікунів (фундатори організації); 2.

Виконавчий директор; 3. Відділ експертів з базою даних; 4. Відділ розробки програм; 5.Адміністративно-фінансовий відділ; 6. Інформаційний відділ; 7. Відділ маркетингу; 8. Прес-центр.

Функціональні підрозділи інформаційно-аналітичної служби. 1. Центр управління. 2. Експертний відділ (інформаційно-аналітичний відділ) з базою даних. 3. Науково-методичний відділ (юридичний). 4. Відділ моніторингу. 5. Адміністративно-фінансовий відділ.

Взаємодію ІАС з іншими структурними службами і відділами умовно можна розділити на два напрямки: внутрішні та зовнішні зв'язки.

До внутрішніх зв'язків належать: безпосередня взаємодія з керівництвом організації, ЗВО, партії; постійна взаємодія з фінансовим відділом і бухгалтерією; взаємодія з відділом матеріально-технічного забезпечення (сервісним центром); взаємодія з відділом управління персоналом (відділом кадрів); взаємозв'язок з відділом документального забезпечення; взаємодія з юридичним відділом; взаємодія з секретним відділом; ІАС може ефективно співпрацювати з бібліотекою, з видавництвом підприємства (якщо вони є), іншими структурними підрозділами, якщо в тому виникає потреба.

Зовнішні зв'язки ІАС: 1. ІАС окремої організації повинна підтримувати довготривалі і постійні зв'язки з іншими ІАС як галузевими, так і міжгалузевими та потужними «мозковими центрами» в Україні, а при необхідності – і за кордоном. 2. ІАС постійно підтримує зв'язок з клієнтами-замовниками та їхніми діловими партнерами. Це необхідно для отримання додаткової інформації про об'єкт чи явище, застереже аналітиків від спотворених чи неправдивих даних (гарантії ніхто не дасть!), дозволить більш-менш об'єктивно сформулювати аналітичні висновки. 3. Часто, коли не вистачає необхідної інформації, ІАС звертається до великих (центральної) бібліотек України, зокрема Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського, яка, до речі, має свою потужну ІАС.

Ефективна робота ІАС будь-якої організації здатна забезпечити їй фінансовий успіх і авторитет. Фактори, що не сприяють якісному виконанню фахівцями своїх службових обов'язків: надмірне втручання безпосереднього керівництва в сферу діяльності співробітника; відсутність психологічної і організаційної підтримки; нестача необхідної інформації; надмірна жорсткість і недостатність уваги керівника до проблем і потреб підлеглих; відсутність зворотнього зв'язку, тобто працівник не бачить результатів своєї праці; несправедлива оцінка керівником праці свого підлеглого тощо.

Комплектування штатів відбувається відповідно до прогнозу трудових ресурсів. Спочатку менеджери займаються добором або вербуванням персоналу з метою створення достатньої кількості кандидатів на всі посади і фахи за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел робочої сили. Особлива увага приділяється рекламній кампанії, публікаціям об'яв про вакансії в газетах, журналах та інших засобах масової інформації. Активізується співробітництво зі службами зайнятості і кадровими агентствами, участь у

спеціально проведених заходах щодо працевлаштування типу «ярмарків вакансій», «днів відкритих дверей» і т.п.

Після добору претендентів на вакантні посади аналітиків організується добір необхідних робітників. Головні характеристики засобів підбору фахівців: вивчення заяв про прийом (резюме); аналіз відповідей на анкети, запитальники, бланки; тестування; співбесіда, інтерв'ювання претендентів.

Описані методики – не єдиний засіб, що дозволяє оцінити різні якості кандидата. Так, наприклад, дуже розповсюджені набори фахівців за рекомендацією, чи за родинними зв'язками. Проте й вони мають негативні сторони.

Структура джерел фінансування інформаційного підприємства залежить від багатьох факторів: від оподаткування доходів підприємства; темпів і обсягів зростання виробництва і реалізації продукції (інформації); структури активів підприємства; стану ринку капіталу; відсоткової політики комерційних банків; рівня управління фінансовими ресурсами підприємства, тощо. Найприйнятнішим для підприємства є комплексний підхід до вибору джерел фінансування.

Сучасна матеріально-технічна база аналітичної служби здатна забезпечити стійкий фінансовий успіх, відповідний імідж організації, конкурентноздатність та інші переваги. До матеріально-технічних засобів інформаційно-аналітичної роботи належать: каталоги; щоденники; інформаційні системи; автоматизовані інформаційні системи; системи інформаційного обслуговування; системи штучного інтелекту; експертні системи; автоматизовані робочі місця аналітиків.

Інформаційні картки – це старий, перевірений, традиційний засіб збирання та класифікації інформації.

Інформаційна система – це система, призначена для вирішення питань пошуку {інформаційно-пошукова система) або логічної обробки інформації (інформаційно-аналітична система).

Інформаційно-пошукова система (ІПС) – сукупність інформаційно-пошукового масиву, інформаційно-пошукової мови, правил її використання, критеріїв видачі та технічних засобів.

Інформаційно-аналітична система (ІАС) – система, що здатна вирішувати не лише пошук інформації, яка є у наявності, а і отримання нової інформації шляхом використання правил логічного висновку та умовиводів. Реалізація вказаних функцій дає відчутні результати лише при використанні ЕОМ. Тому нас будуть цікавити автоматизовані системи.

Автоматизована система – комплекс інформаційних, програмних, методичних, технічних засобів, що виконує певні функції в автоматичному режимі.

Автоматизована обробка даних – обробка даних, що виконується автоматичними засобами при можливій участі людини.

Автоматизована інформаційно-пошукова система – інформаційно-пошукова система, реалізована на основі використання електронно-

обчислювальної техніки, в якій автоматизовані процеси пошуку та передачі, а в ряді випадків і вводу документів, даних та запитів.

Автоматизація пошуку та обробки даних можлива при відповідній їх організації в певну структуру. Такою структурою є *база даних*.

Система інформаційного обслуговування – сукупність мов, алгоритмічних та технічних засобів для запам'ятовування, зберігання, пошуку, видачі та використання інформації. Засоби системи забезпечують організацію та управління базою даних, специфікацію формату повідомлень, обмін повідомленнями між користувачами.

Для виконання аналітичної роботи необхідно впроваджувати системи штучного інтелекту, тобто автоматизовані системи, що моделюють інтелектуальну діяльність людини. Такими системами сьогодні є *лінгвістичні процесори, навчаючі системи, експертні системи, системи підготовки прийняття рішень*.

Лінгвістичний процесор – автоматизована система текстової або мовної(усної) інформації. До складу лінгвістичного процесору входять: системи машинного перекладу, автоматизовані інформаційні системи, автоматизовані словники, автоматизовані системи компресії, корекції, аналізу та синтезу текстів або мови.

Експертна система – автоматизована система, яка здатна замінити експерта при прийнятті рішень в окремих вузькоспеціалізованих галузях знань. Експертна система використовує вже не *базу даних*, а *базу знань* – сукупність формалізованих знань з деякої предметної області, що представлені у вигляді фактів та правил, які виражають евристичні знання про методи вирішення задач в даній предметній області.

ТЕМА 9. ПЛАНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Необхідність планування ІАД. Основні принципи планування. Поточне і стратегічне планування. Структура бізнес-планування.

Планування є важливим складником будь-якого бізнесу. Планування – це могутній, інструмент, здатний відкрити будь-які двері. Серйозний підхід до планування створює основу для стійкого й ефективного бізнесу.

Планування – це засіб реалізації принципів стратегії розвитку організації. Бізнес-план є обов'язковим складником комплексу робіт із управління ІАД.

У змісті аналітичних проектів найбільших змін зазнають ранні (передінвестиційні) етапи бізнес-планування: визначення мети і стратегій їх досягнення; аналіз здійсненності ідеї; пошук зацікавлених партнерів-інвесторів; формування фінансових потоків; оцінювання ризиків і

ефективності. Ці поняття необхідно освоїти фахівцям і підприємцям, які здійснюють бізнес-процес від виникнення ідеї до отримання прибутку від її практичної реалізації.

Основними критеріями оцінювання будь-якого етапу розробки аналітичного бізнес-проекту є обов'язковість повернення вкладених коштів і отримання доходу не нижчого за середньостатистичний рівень. Бізнес-планування за умови належного його здійснення вимагає залучення фахівців багатьох галузей знань (маркетинговий аналіз, менеджмент, інжиніринг, фінансовий аналіз і планування).

Застосування планування створює такі важливі переваги: робить можливою підготовку до використання майбутніх сприятливих умов; виявляє проблеми, що виникають; стимулює аналітиків до реалізації своїх рішень; покращує координацію дій в організації; створює передумови для підвищення освітньої підготовки аналітиків; збільшує можливості для забезпечення фірми необхідною інформацією; сприяє більш раціональному розподілу ресурсів; покращує контроль в організації. Необхідність планування ІАД спричинена ще таким фактором як появою нових приватних бізнесових структур.

Принципи планування визначають характер та зміст планової діяльності в інформаційному підприємстві.

Уперше загальні принципи планування були сформульовані французьким ученим *Анрі Файолем* – засновником так званої класичної адміністративної школи управління. Ним було названо *п'ять принципів: необхідність, єдність, безперервність, гнучкість та точність*.

Принцип необхідності в плануванні означає повсюдне та обов'язкове застосування планів при будь-якому виді трудової діяльності. До того, як діяти, колектив підприємства повинен знати, чого він хоче та може.

Принцип єдності передбачає спільність економічних цілей та взаємодію різних підрозділів підприємства на горизонтальному та вертикальному рівнях планування та управління.

Принцип безперервності в плануванні полягає в тому, що процес планування на підприємстві повинен здійснюватися постійно та без зупинки в межах виробничо-господарчого циклу.

Принцип гнучкості в плануванні полягає в наданні планам та процесу планування можливості змінювати свою направленість у зв'язку з виникненням непередбачених обставин.

Принцип точності. Усілякий план повинен бути складеним с такими точністю, конкретизацією та деталізацією, яких бажає досягнути підприємство, враховуючи його фінансовий стан, положення на ринку та ін.; тобто ступень точності плану можливий будь-який, але він обов'язково має забезпечити ефективність діяльності.

Принцип участі в плануванні передбачає, що ніхто не в змозі планувати ефективно для когось іншого. Краще планувати для себе (неважливо, як погано), ніж щоб хтось планував тебе (неважливо, як гарно). Принцип участі означає, що кожен член економічної організації стає

учасником планової діяльності, незалежно від посади та функції, яку він виконує.

Принцип холізму в плануванні складається з двох частин: координації та інтеграції.

Загальноекономічні принципи: системність, цілеспрямованість, комплексність, оптимальність, ефективність, науковість, пріоритетність, збалансованість, зайнятість, директивність, самостійність, рівнонапруженість, конкретність, об'єктивність, динамічність, ризик та ін.

В закордонній практиці планування можуть зустрічатися і такі принципи планування як принципи документального забезпечення, організованості, стандартизації, вичерпності, узгодженості.

Процес планування досить складний.

В залежності від того, який період часу сягають плани, складені організацією, планування розділяють на три типи: довгострокове планування – звичайно охоплює довготривалі періоди часу – від 10 до 25 років; середньострокове планування – конкретизує орієнтири, визначені довгостроковим планом. Буває розраховано на більш короткий період – до 5 років; короткотермінове планування – це розробка планів на 1-2 роки (нерідко це річні плани). Вони мають у своєму складі конкретні способи використання ресурсів організації, необхідних для досягнення цілей, визначених у більш тривалих планах.

Зміст короткотермінових планів деталізується по кварталах та місяцях.

Планування розділяють на два основних типи: стратегічне та оперативне (поточне).

Тактичне планування (поточне) – це прийняття рішень про те, як повинні бути розподілені ресурси організації для досягнення стратегічних цілей. Тактичне планування в багатьох випадках охоплює короткотерміновий та середньотерміновий періоди, тобто є предметом турбот середнього та нижнього керівницького персоналу.

Тактичне планування зосереджує свою увагу на тому, як організація повинна досягти своїх цілей. Тобто різниця між стратегічним та тактичним плануванням – це різниця між цілями та засобами. Процес планування в організації можна поділити на декілька етапів: 1 етап – фірма провадить дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Визначає головні, компоненти; 2 етап – фірма визначає бажані напрямки та орієнтири своєї діяльності; 3 етап – стратегічний аналіз. Фірма порівнює бажані цілі та результати досліджень внутрішнього та зовнішнього середовища, які обмежують рух бажаних показників; 4 етап – відбувається вибір однієї з альтернативних стратегій та її розробка; 5 етап – підготовка остаточного стратегічного плану; 6 етап – середньострокове планування. Підготовка середньострокових планів та програм; 7 етап – розробка річних оперативних планів та проектів на основі стратегічного плану та середньотермінового; 8 та 9 етапи – визначають передумови для створення нових планів.

Функції, які розкривають сутність бізнес-планування: 1 функція пов'язана з можливістю використання бізнес-плану для розробки загальної концепції, генеральної стратегії розвитку підприємства; 2 функція – планування дає можливість оцінити та контролювати процес розвитку діяльності підприємства; 3 функція – залучення до здійснення проектів та реалізації планів розвитку підприємства потенційних партнерів, які можуть вкласти власний капітал або технології.

Приблизна структура бізнес-плану, яка розкриває більш детально як вихідну інформацію, так і планові показники, які розробляються на її основі: титульний лист; резюме; історія бізнесу; опис продукції (послуг); аналіз положення справ у галузі; оцінка конкурентів та вибір конкурентної стратегії; план виробництва; план маркетингу; організаційний план; юридичний план; ринок та план продажу; фінансовий план; програма інвестування; охорона довкілля; оцінка ризику та страхування; додатки.

ТЕМА 10. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Теорія маркетингової комунікації. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації. Методи отримання й обробки маркетингової інформації. Інтернет-маркетинг. Електронна комерція.

Маркетингові комунікації в інформаційній діяльності – це процес передачі інформації про інформаційний продукт до цільової споживчої аудиторії. Слід розуміти, що жодне підприємство не в змозі діяти відразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Підприємство досягатиме успіху лише в тому випадку, якщо воно націлене на такий інформаційний ринок чи його сегмент, клієнти якого з найбільшою вірогідністю будуть зацікавлені в його маркетинговій програмі.

Цільова аудиторія є групою людей, які одержують маркетингові звернення і мають можливість реагувати на них.

Якість інформаційного продукту, його ціна і спосіб розповсюдження несуть споживачам важливу ринкову інформацію.

Ці три елементи, разом з маркетинговими комунікаціями, утворюють маркетинг-мікс. Маркетингові комунікації використовуються для демонстрації важливих характеристик трьох інших елементів маркетинг-мікс з метою підвищення зацікавленості споживача в покупці інформаційного продукту. Маркетингові комунікації покликані дати цільовим аудиторіям уявлення про загальну маркетингову стратегію підприємства за допомогою направлення їм спеціальних повідомлень про інформаційний продукт, його ціну і способи продажу з метою зацікавити їх або прийняти певну точку зору.

Комунікація в інформаційній діяльності — це вид діяльності, яка вимагає активної участі як сторони, що посилає сигнал, так і сторони, що приймає його. Тому сигнали не тільки містять інформацію, яку організація прагне передати, а вона має бути достатньо цікавою для споживачів, щоб вони звернули на неї увагу. Всі маркетингові комунікації спрямовані на те,

щоб надати цільовій аудиторії певну інформацію чи переконати її змінити своє відношення або поведінку. Кінцева мета будь-якої стратегії маркетингових комунікацій полягає в тому, щоб допомогти організації продати її інформаційний продукт і таким чином зберегти свій бізнес.

Стадії маркетингових комунікацій: 1. Визначення цільової аудиторії. 2. Визначення і досягнення бажаної мети. 3. Вибір змісту сигналу (тексту або створення відповідного зображення). 4. Вибір методу просування (газети, телестанції або радіостанції). 5. Вибір атрибутів джерела (що потрібно повідомити про продукт або туристичну компанію). 6. Використання зворотного зв'язку (проведення дослідження ринку, щоб визначити, наскільки успішно спрацював сигнал). Набір засобів промислу складається з реклами, стимуляції просування і продажу інформаційного продукту, діяльності компанії в безпосередньо-му контакті із споживачем і публікаціями. Чинники ефективних маркетингових комунікацій: цілі комунікації; підготовка повідомлення; планування методів просування; ефективність повідомлення.

Маркетингова інформаційна система (МІС) – це сукупність інформації, апаратно-програмних і технологічних засобів, засобів телекомунікацій, баз і банків даних, методів і процедур, персоналу і управління, які реалізують функції збору, передачі, обробки та накопичування інформації для підготовки і прийняття ефективних управлінських рішень у маркетингу.

Головна мета функціонування МІС – підвищення якості управління маркетингом, забезпечення спеціалістів необхідною інформацією для прийняття маркетингових рішень. Результат функціонування МІС – доведення до кожного користувача (керівника, спеціаліста) інформації, яка за змістом, часом представлення та методами відображення дає змогу ефективно виконувати функції і процедури управління. Це зумовлює певні вимоги до формування бази даних, встановлення актуальності й цінності інформації, форм передачі, методів агрегування з мінімальними витратами на технологію перетворення даних.

В МІС розв'язується комплекс взаємозв'язаних задач, реалізація яких на базі використання сучасних методів управління, застосування економіко-математичних методів і моделей, комплексу технічних засобів та інформаційних технологій забезпечує автоматизацію виконання функцій і процедур управління маркетингом. Мета функціонування МІС – надання маркетингологам інформації мінімальної, але достатньої для прийняття рішень. МІС забезпечує обробку та фільтрацію інформації, вибір необхідних показників і варіантів розрахунків; при використанні систем підтримки прийняття рішень можна отримати й обґрунтувати альтернативний варіант. Водночас можна користуватися базою даних для деталізації окремих розрахунків, для зміни вхідних даних чи методів розв'язання задач.

Існують два способи впровадження МІС:

1. Адаптація комп'ютерних інформаційних технологій і комунікацій до існуючої структури управління і розподілу обов'язків між спеціалістами з маркетингу.

2. Розробка нової організаційної структури управління (не тільки маркетингу, але й всього об'єкта), за якої ефективність функціонування МІС є найбільшою.

Базисні компоненти МІС – це база даних, банк моделей, методів і комунікаційна система.

Комунікаційна система – це техніка і програми, які полегшують взаємодію елементів системи.

Серед найважливіших елементів МІС варто виділити базу даних маркетингу і банк методів і моделей.

База даних маркетингу являє собою структуровану сукупність даних, що дозволяє одержати необхідну для прийняття рішень інформацію і повинна задовольняти наступним вимогам: дані не повинні повторюватися; мобільність структури бази даних, система повинна мати можливість розширення; незалежність застосування програм обробки від формату даних; можливість використання різними користувачами, що мають різні потреби; простота використання.

Методи обробки маркетингової інформації включають арифметичні операції, статистичні методи, графічну обробку, прогнозування, методи дослідження операцій. Банк методів повинний дозволяти комбінувати різні методи, мати можливість розширення і бути простим у використанні, тобто не вимагати від користувача спеціальних знань.

Метою організації МІС є виконання в її межах чотирьох основних функцій – збирання даних, аналіз їх, накопичення і поширення. Спираючись на функціональні можливості МІС, можна визначити її призначення: раннє попередження можливих труднощів і проблем у діяльності інформаційного підприємства і виявлення сприятливих тенденцій і можливостей; визначення та оцінки стратегій і заходів маркетингової діяльності; оцінювання рівня виконання планів і реалізації стратегій маркетингу шляхом статичного аналізу та моделювання.

На МІС покладаються складні і чималі завдання, серед яких: постійний пошук, збір і зберігання маркетингової інформації; обробка, тлумачення і аналіз даних, розробка на їх підставі гіпотез; рішення математичних задач; створення, зберігання, обробка і представлення рядів динаміки; систематизація інформації, її фільтрація, виявлення корисних даних; самооцінка.

Завдяки використанню МІС, в маркетинговій діяльності можна досягти ряд переваг, серед яких: організоване збирання інформації; зберігання важливих даних і як наслідок уникнення кризових ситуацій; координація планів маркетингу; швидкість обробки даних; отримання результатів, які мають кількісний вираз; можливість аналізу витрат і прибутків. Маркетингова інформаційна система охоплює чотири підсистеми: підсистему внутрішньої звітності; підсистему збору поточної зовнішньої маркетингової

інформації; підсистему маркетингових досліджень; підсистему аналізу маркетингової інформації.

Маркетингова інформаційна система трансформує дані, отримані з внутрішніх і зовнішніх джерел, в інформацію, необхідну для керівників і фахівців маркетингових служб. МІС, взаємодіючи з іншими автоматизованими системами підприємства, поставляє потрібну інформацію керівникам інших служб підприємства.

Підсистема внутрішньої звітності відображає показники поточного обсягу продаж, суми витрат, матеріальні запаси, рух готівки, дебіторську і кредиторську заборгованість. Вона найбільш доступна для маркетологів, цілком підтримується комп'ютерами і комп'ютерними мережами, що забезпечує оперативність і точність даних.

Підсистема зовнішньої маркетингової інформації забезпечує керівників інформацією про події в навколишньому середовищі. Джерелами інформації можуть бути: книги, газети і спеціалізовані видання, бесіди з клієнтами, купівля інформації в сторонніх постачальників (збірники щотижневих змін частки ринку, цін марочних товарів та ін.).

Підсистема маркетингових досліджень забезпечує регулярне визначення кола даних, необхідних у зв'язку з маркетинговою ситуацією, а також їхній збір, аналіз і звіт про результати. У проведенні досліджень можлива участь спеціалізованих організацій чи організацій власного дослідницького відділу. Активно підтримується комп'ютерними системами. Тут використовується програмне забезпечення баз даних, електронних таблиць, графічне моделювання, різні спеціальні пакети статистичної обробки даних.

Підсистема аналізу маркетингової інформації виконує наступні функції по визначеній технологічній схемі: 1. Виявлення проблем і формулювання цілей дослідження. 2. Вибір джерел інформації. 3. Збір інформації. 4. Аналіз зібраної інформації. 5. Подання отриманих результатів.

Збирання маркетингової інформації – це систематичне отримання і аналіз доступних для широкої громадськості даних про конкурентів і про зміни в маркетинговому середовищі. Система збирання маркетингової інформації займається пошуком, аналізом і поширенням інформації про різні чинники маркетингового середовища: конкурентні, технологічні, споживчі, економічні, соціальні, політичні та регулятивні. Система збирання маркетингової інформації визначає, яка інформація потрібна, здійснює її пошук в маркетинговому середовищі і подає менеджеру з маркетингу.

Вторинні дослідження, як правило, базуються на інформації, що вже є, і тому називаються кабінетними дослідженнями. Вторинні дослідження за своїм змістом – це вивчення вже наявних джерел інформації про проблему, що вивчається або досліджується, в системі маркетингу.

Комерційні джерела даних. Інформаційні підприємства можуть придбати вторинну інформацію у незалежних спеціалізованих компаній. За

допомогою комерційних інтерактивних баз даних маркетингологи – дослідники можуть самостійно шукати як вторинну, так і первинну інформацію.

Інтерактивні бази даних. Існує безліч інтерактивних баз даних, які являють собою певну маркетингову інформацію з різних аспектів споживчого попиту, кон'юнктури ринку і т. п. Більшість таких інформаційних служб мають і веб-версії. Більше тисячі Веб-вузлів пропонує аналогічні дані, за невелику платню або взагалі даром. Щоб знайти цю інформацію, слід за допомогою пошукових систем провести пошук з потрібної теми.

Інтернет і електронні бази даних. Інтернет забезпечує швидкий і дешевий доступ до величезного масиву стратегічно важливої для компаній інформації.

Система внутрішньої звітності. Інформацію, необхідну маркетингологам, можна дістати із системи внутрішньої звітності, в результаті збирання маркетингової інформації і проведення маркетингових досліджень. Після цього система аналізу інформації обробляє здобуті дані і подає їх маркетингологам у зручній формі.

Багато підприємств створюють обширні бази даних внутрішньої інформації, тобто інформації, що отримується з різних внутрішніх джерел, яка зберігається в комп'ютерах в електронному вигляді. Це дуже зручно, тому що менеджери з маркетингу можуть у будь-який момент мати доступ до потрібних відомостей. Робота з базами даних внутрішньої інформації дає змогу їм виявляти маркетингові можливості й проблеми, розробляти програми та оцінювати якість маркетингової діяльності.

Дослідження, виконані на основі вторинної інформації, як правило, є попередніми і носять описовий характер. Для більш глибокого дослідження необхідна оперативна інформація. Ця інформація, зібрана вперше для конкретної мети, називається первинною інформацією, а дослідження, виконані на базі її аналізу – *польовими*.

Збирання й аналіз первинної інформації доцільно проводити тільки тоді, коли вивчення вторинної інформації не дає потрібного результату. Основними методами отримання первинних даних є анкетування, спостереження, експеримент.

Найбільшого поширення набув метод анкетування та інтерв'ю. Різновидом цього методу можна вважати панельне дослідження. Останнім часом, у зв'язку з інформатизацією маркетингової діяльності стали застосовуватися інтерактивні методи моделювання маркетингової інформації. Методи анкетування, спостереження, експерименту, панелі та моделювання застосовуються для вирішення дослідницьких завдань різного рівня. У той самий час кожен з методів може використовуватися в поєднанні з іншими, польові дослідження майже завжди дорожче за кабінетні.

Польове дослідження може бути повним або суцільним, якщо їм охоплена вся група респондентів, які цікавлять дослідника, і частковим або вибіркоvim, якщо їм охоплений певний відсоток респондентів.

Суцільні дослідження звичайно використовуються для вивчення невеликого числа респондентів, наприклад, крупні споживачі, великі фірми. Взагалі суцільні дослідження відрізняються з одного боку, своєю точністю, а з другого боку – високими витратами ресурсів і часу.

Часткові або вибіркові дослідження найчастіше використовуються для отримання інформації при польових дослідженнях. На практиці застосовуються наступні методи часткового дослідження: випадкової вибірки, нормованої (за квотою) вибірки, концентрованої вибірки.

Порівняно із спостереженнями та експериментом анкетування дає змогу досліджувати широку область проблем маркетингу. Головна проблема методу анкетування полягає в тому, як обмежити цілі анкетування, які визначають стратегію та інтерпретацію здобутої інформації. З метою анкетування тісно пов'язана проблема кола осіб, які беруть участь в анкетуванні (експерт, посередник, споживач та ін.).

Ефективність вибраного методу анкетування залежить від наявності та рівня інтенсивності зворотного зв'язку з опитуваним, а також від репрезентативності та плану вибірки. Ці параметри визначають вартісні та тимчасові показники витрат вибіркового методу досліджень.

Опитування можуть бути одноразовими або такими, що повторюються. Анкетування, що повторюються, називають панеллю. Як панель може виступати група осіб, підприємство. Панель – це вид безперервної вибірки. Вона дозволяє зафіксувати зміни спостережуваних величин, характеристик. Цей метод використовують при вивченні відгуків споживчих за який-небудь період часу. На основі цього методу вивчається тенденція зміни відгуків споживачів, їхніх потреб, звичок, смаків і т.п. Таким чином, панельне дослідження – це анкетування певного, представницького кола осіб в перебігу тривалого часу або в перебігу певного проміжку часу за певною темі.

Методи збирання первинних даних здійснюються в певній послідовності. Так, застосування методу інтерв'ю передбачає з'ясування його необхідності, розробку плану проведення інтерв'ю, підготовку переліку питань, прикладів; вибір тих осіб, хто інтерв'юється; планування бюджету; проведення інтерв'ю; аналіз результатів; підготовки звіту.

Найбільш поширені способи зв'язку – особистий контакт, телефонування, переписка, або спілкування через комп'ютер.

Особисте інтерв'ю буває двох видів – індивідуальне і групове. Індивідуальне інтерв'ю є бесідою з респондентами у них вдома або на роботі, на вулиці або в офісі. *Групові інтерв'ю* полягають в запрошенні 6-10 чоловік на декілька годин для бесіди із спеціально підготовленим інтерв'юером-модератором про інформаційний продукт або підприємство. Водночас модератор не дозволяє опитуваним відхилення від теми бесіди, він фокусує їхню увагу на темі інтерв'ю – звідси й походить назва «фокусуюче групове інтерв'ю». Вислови записуються вручну або на відеоплівку, а потім вивчаються.

Фокусуюче групове інтерв'ю стало одним з найпоширеніших методів маркетингового дослідження, оскільки дозволяє зрозуміти відчуття і думки споживачів. Деякі підприємства використовують комп'ютерні інтерв'ю: респондент сідає за комп'ютер, читає питання з екрану і тут же набирає відповіді. Телефонне інтерв'ю – це найкращий метод швидкого збору інформації, він забезпечує більшу гнучкість, ніж поштові анкети. Анкетування по телефону застосовується в тих випадках, коли необхідно зібрати інформацію в короткі строки в широких географічних розмірах інформаційного ринку. Анкетування по телефону необхідно вести просто, наперед підготувавши питання.

Анкетування письмово може проводитися кількома способами поштою, письмово.

Інтернет-маркетинг – це новий напрям в сучасній концепції маркетингу, це теорія та методологія організації маркетингу в гіпермедійному середовищі Інтернету, що володіє унікальними характеристиками, які значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Інтернет-маркетинг значно підсилює взаємозв'язок інформаційної установи і клієнта. Однією з основних маркетингових характеристик Інтернету є перехід ключової ролі від виробників послуг до їх споживачів. Інтернет дозволяє підприємству привернути увагу нового клієнта за лічені секунди. Проте, водночас він дає змогу клієнту практично миттєво перейти на сайт будь-якого з конкурентів. Це підвищує цінність уваги покупців, а встановлені взаємовідносини з клієнтами стають головним капіталом організації.

Інтернет дозволяє перейти від масового маркетингу до маркетингу «один-одному», тобто окремий покупець, характеристики по-купця, спеціальна маркетингова пропозиція, спеціальне виробництво, індивідуальний розподіл, індивідуальне звертання, індивідуальні стимули, двосторонні звертання, цільова економіка, частка покупців, потенційно прибуткові покупки, утримання покупців.

Зниження трансформаційних витрат може досягатися за рахунок оптимального вибору структури асортименту інформаційного продукту, скорочення часу на розробку та впровадження нового інформаційного продукту, обґрунтованої політики ціноутворення, зниження числа посередників, витрат на маркетингову стратегію просування й продажу інформаційного продукту і т.д.

При здійсненні *Інтернет-маркетингу* важливим питанням є визначення переваг користувачів Інтернету і знаходження цільових аудиторій. Важливо з'ясувати наступні питання:

- які сайти відвідують які групи споживачів;
- на які сторінки вони заходять частіше;
- який інформаційний продукт вони купують;
- скільки часу витрачають користувачі на ту або іншу сторінку;
- чи чекають вони завантаження графіки і відео;

- чи часто вони відкривають сторінку в одному вікні, а в цей час читають сторінку в другому, що вже завантажилося.

Основними показниками, за якими *сегментується Інтернет-ринок*, є стать, вік, освіта, дохід, активність роботи з Інтернетом, інтереси, менталітет, динаміка зростання сегменту, його обсяг, топологія і ін.

Успіх підприємства в Інтернеті залежить не стільки від уміння правильно подати себе, скільки від того, чи виявиться корисним її інформаційний продукт для користувачів-клієнтів.

На успішність Інтернет-маркетингу роблять величезний вплив особливості менталітету потенційних клієнтів.

Залучення електронних каналів маркетингу і збуту передбачає реорганізацію комплексу взаємопов'язаних способів, прийомів і засобів просування товарів і послуг на ринок, тобто всього того, що називають *маркетинг-мікс*. Новий канал товарообігу дає змогу застосовувати ефективніші засоби і методи реклами, впливу на споживача і зворотного зв'язку з ним. Умері Вінс запропонував *11 принципів маркетингу в Інтернеті*, дотримуючись яких можна досягти максимальної ефективності:

Електронна комерція (Е-комерція) – це поняття, що описує процес купівлі, продажу або обміну виробів, послуг та інформації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Головними типами Е-комерції є бізнес для споживача (B2C) та бізнес для бізнесу (B2B). У бізнесі типу B2C здійснюються он-лайнкові транзакції між бізнесовими структурами та індивідуальними споживачами. У бізнесі типу B2B бізнес-структури здійснюють он-лайнкові транзакції з іншими бізнес-структурами. Є також послуги типу *бізнес для службовців* (B2E).

Моделі ведення Е-комерції. Існує багато шляхів, якими компанії можуть заробляти гроші за допомогою Інтернет. Найбільш відомим способом є продаж товару, наприклад, інформаційних продуктів. Іншими формами збільшення доходу є використання порталів, молів, он-лайнкових аукціонів, філіалів сайтів, банерних оголошень, сайтів оптових продажів, сайтів для електронних видань, сайтів з ліцензування тощо.

Створено багато типів бізнес-моделей в Е-комерції: Модель 1: назвіть вашу ціну. Модель 2: знайдіть найкращу ціну. Модель 3: динамічне посередництво. Модель 4: приєднаний маркетинг. Модель 5: оптові покупки. Модель 6: проведення електронного тендера. Модель 7: он-лайнкові аукціони. Модель 8: індивідуальний підбір товару. Модель 9: електронні маркети та фондові біржі. Модель 10: вдосконалення ланцюга поставок.

Для успішної діяльності Е-комерції потрібно набагато більше: досвічений персонал, відповідна державна політика в цій галузі, маркетинг, рекламна діяльність, бізнес-партнери та системи підтримки.

ТЕМА 11. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ

Поняття малого та середнього бізнесу. Інформаційна складова малого та середнього бізнесу. Принципи діагностики економічного стану підприємства. Методика діагностики економічного стану.

Малий та середній бізнес здійснюється шляхом створення розгалуженої системи малих підприємств. Законодавство України надає широкі права щодо створення малих та середніх підприємств. Малі підприємства – досить поширена й ефективна форма господарювання. Мале підприємництво здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковий економіці необхідної гнучкості. За характером діяльності у малому та середньому бізнесі можна виділити декілька видів підприємств: індивідуальні (засновані на особистій власності окремої особи та виключно на її праці) або сімейні (засновані на власній праці членів однієї сім'ї, які проживають разом) підприємства; кооперативи або колективні підприємства, чисельність працюючих у яких не перевищує установлених обмежень; іноземні, а також спільні підприємства.

Основними напрямками дальшого розвитку малого підприємництва в Україні у найближчій перспективі є: формування належної законодавчої бази, сприятливої для розвитку малого бізнесу; вдосконалення фінансово-кредитної підтримки; забезпечення матеріально-технічних та інноваційних умов розвитку малих підприємств; інформаційне та кадрове забезпечення бізнесу; стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва.

Інформаційна складова малого та середнього бізнесу. Під інформацією, що використовується в конкурентній боротьбі, розуміються професійні знання підприємця і працівника, технологічні знання спеціаліста і припущення (з визначеним ступенем ймовірності) зацікавлених суб'єктів щодо стану справ на ринку. Проте в багатьох випадках в економіці виникають різноманітного роду перешкоди для отримання своєчасної та якісної інформації. У результаті одні економічні суб'єкти можуть отримати інформаційну перевагу перед іншими. Виникнення відносних інформаційних переваг призводить до появи конкуренції, результати якої непередбачені, а отримуваний при цьому прибуток не усереднюється.

Існує ціла низка джерел отримання конкурентної інформаційної переваги. Найбільш важливими уявляються такі:

- позаекономічна монополія на володіння інформацією, що виникає при відсутності інформаційної свободи (наявності адміністративних перешкод для поширення інформації). У цьому випадку економічний суб'єкт використовує для отримання прибутку інформацію, недоступну іншим учасникам ринкового процесу;

- спроможність краще і швидше за інших оцінити і зрозуміти загальнодоступну інформацію. У цьому випадку економічні суб'єкти отримують додатковий прибуток, який може бути понятий як премія за краще використання інформації.

Якщо інформаційна перевага стійка в часі і просторі, вона поступово трансформується в соціально-економічну. Відповідно відсутність даних переваг можна тлумачити як нерозвиненість інформаційного простору окремого ринку або економіки в цілому.

Інформація необхідна всім ринковим суб'єктам для прийняття правильного рішення щодо своєї господарської діяльності. Основою маркетингової діяльності є інформація, повнота (достатність), якість, своєчасність якої забезпечать успіх або влаштують поразку підприємству на ринку. Отримати потрібну для прийняття рішення інформацію дозволяє перевірений механізм роботи з інформацією.

Таким чином, якщо потік інформації обмежується, може виникнути одна з таких ситуацій: по-перше, завдається шкода підприємницькій діяльності; по-друге, хтось здобуває односторонню перевагу.

Будь-яка особа, що здійснює підприємницьку діяльність (займається бізнесом), повинна знати відповіді на 4 найважливіші питання, які вважаються «класичними» завданнями бізнесу.

1. Що робити?
2. Кому продавати або у кого купувати?
3. Де взяти кошти?
4. Хто є хто?

Від відповіді на ці запитання значною мірою залежить життєздатність і успіх будь-якої справи. Саме у вирішенні цих завдань інформаційне забезпечення відіграє провідну роль.

Означені вище проблеми об'єднує те, що їхнє вирішення потребує проведення пошуку, відбору та аналізу інформації.

Будь-яке конкретне інформаційне завдання передбачає такі *ключові етапи* розв'язання: 1.Формулювання. 2.Розробка стратегії пошуку. 3.Розв'язання задачі (пошук, відбір і аналіз інформації).

При формулюванні завдання вихідну її постановку формулює сам замовник або споживач, користувач інформації. Уже на цьому етапі з'являються перші труднощі: користувач часто дуже смутно уявляє собі, яка

саме інформація йому потрібна, він не здатен чітко сформулювати сутність питання. На другому етапі необхідно визначити, який постачальник інформації є переважним. При розробці стратегії перш за все слід визначити, в яких саме джерелах доцільно шукати необхідну інформацію. Потім окреслюються головні кроки дослідження і послідовність їхнього виконання, тобто розробити стратегію. Якщо вся підготовча робота виконана старанно, то результати, що будуть отримані, повинні бути більш точними при найменших витратах. Інформація стає елементом ринкового механізму. Крім цього, вона є економічним ресурсом, фактором конкурентної боротьби, суспільним благом і товаром. Інформація має високу споживчу вартість: вона допомагає створювати інший товар швидше, вищої якості та в більшому обсязі.

При дослідженні регіонального інформаційного ринку важливо використовувати *основоположні принципи діагностики* його стану. До даних принципів можна віднести такі: науковості; синергії, системності, цілісності відтворювального інформаційного циклу, комплексності, варіантності, безперервності, верифікованості (правдивості).

Процес діагностики є аналітичною діяльністю з метою визначення якісних або кількісних характеристик ринкового середовища в регіоні і складається з етапів: підготовчого, діагностики, завершення (за В. М. Андрієнко): 1. Підготовка (збір первинної інформації, попередній діагноз, планування дій); 2. Діагностика (формування бази даних, детальне вивчення внутрішніх і зовнішніх причинно-наслідкових зв'язків, аналіз і синтез фактів); 3. Завершення (оцінка, заключний звіт).

Проблеми, які стримують розвиток діагностики інформаційного ринку в Україні (неповнота або відсутність необхідної первинної інформації, баз даних, можливих напрямів діагностики; діагностики (методологією, методами, моделями), фахівцями, що здійснюють діагностику; несформованість оцінних класифікацій визначення станів ринку, відсутність критеріїв порівняння; відсутність комплексності більшості досліджень, що проводяться: проведення аналізу станів більшості ринків без дії екзогенних чинників; орієнтація показників у здійснюваних дослідженнях на вартісні оцінки, побудовані на існуючій системі фінансового аналізу, бухгалтерського обліку і звітності, які значною мірою не відповідають динамічним умовам ринкової економіки за чинниками, що враховуються, періодичністю проведення аналізу, напрямами аналізу тощо; відсутність акценту на урахуванні економічної ефективності кожного виду послуги або інформаційного продукту, унаслідок чого не реалізується ринкова приналежність кожного продукту або послуги; відірваність у часі результатів аналітичних досліджень, що про-водяться, оскільки моніторинг здійснюється неперіодично, внаслідок чого діагноз неблагополуччя запізнюється настільки, що причини невідповідності нормальному функціонуванню вже неприпустимо розбалансовують соціально-економічний стан ринку і можуть привести до кризового стану і т. п.

Потреба в діагностиці стану інформаційного ринку украї необхідна підприємствам, працюючим в межах даних ринків, плануючим вхід на даний ринок, або обслуговуючим його, споживачам продуктів і послуг, регіональним органам влади і державним організаціям, міжнародним інститутам.

ТЕМА 12. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Поняття іміджу та його види. Імідж України, його складові. Технології формування іміджу. Діяльність прес-служб. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.

Імідж – це штучне створення неперевершеного образу. Державі, як і кожній людині, потрібно не тільки дбати, як створити власний імідж, а й як його зберегти, примножити. Визначною частиною іміджу держави є: висока оцінка міжнародним співтовариством; соціальна відповідальність; бажання змінюватися на краще.

Імідж може бути: особистий, корпоративний і товарний.

Особистий імідж – це ваш образ. Особистий імідж визначається складним набором внутрішніх і зовнішніх факторів, що складають самоімідж, бажаний і необхідний імідж. Можливі варіанти особистого іміджу: дзеркальний, реальний, ідеальний, множинний і створений

Корпоративний імідж. Імідж потрібен корпорації для того, щоб люди усвідомлювали і оцінювали її роль у економічному і соціально-політичному житті конкретного регіону.

Товарний імідж. В якості носіїв товарного іміджу виступають матеріальні та виробничо-діяльнісні засоби: матеріали, товари, групи виробів тощо.

Імідж країни повинен відповідати таким *вимогам*: він має бути оригінальним та асоціюватися з країною; легко піддаватися змінам та нововведенням відповідно до міжнародної ситуації; використовувати постійні цінності та культурні особливості країни; для його створення та просування необхідна професійна в різних сферах команда, яка має бути аполітичною та інтернаціональною; мати в наявності слоган (назва країни – обов'язкова) та логотип, який би містив елементи державної символіки (герб, прапор).

Інформаційна складова іміджу держави, це:

- економічна – організація, координація, регулювання економічних процесів за допомогою податкової та кредитної політики, створення стимулів і пільг економічного росту ао здійснення санкцій. Саме завдяки економічному показнику ми бачимо рівень розвитку країни її дохід.

Найповніше уявлення про групи країн у світовій економіці дає інформація, міжнародних організацій, членами яких є більшість країн світу;

- політична – найважливіша складова іміджу держави, що забезпечує політичну стабільність, здійснення владних повноважень, вироблення політичного курсу, який би поділяли найширші верстви суспільства;

- дипломатична – це складова щодо ведення переговорів, підписання між-народних угод, вивчення основних тенденцій та перспектив розвитку як регіональних, так і глобальних міжнародних відносин. Спрямована на практичну реалізацію зовнішньої політики, захист національних інтересів у сфері міжнародних відносин, а також прав та інтересів громадян і юридичних осіб за кордоном.

- мас-медійна – інформаційні потоки, розраховані на велику, гетерогенну аудиторію, як правило, розділену просторовими і часовими бар'єрами. Це донесення інформації про свою державу завдяки ЗМІ, телебачення та радіомовлення, особливо Інтернет.

- соціальна – полягає в задоволенні потреб людей у житлі, праці, підтримці здоров'я, в соціальних гарантіях, яка теж в тій чи іншій формі формує імідж держави;

- культурна – що спрямована на задоволення культурних потреб населення, залучення його до творінь світової художньої культури, створення умов щодо самореалізації особи у творчості й аматорстві. Представлення країни на міжнародній арені як культурної, талановитої нації.

Всі ці складові допомагають кожній країні створити імідж власної держави.

У сфері міжнародних відносин особлива роль належить створенню іміджу держави та іміджу її політичного лідера. Значний вплив на формування іміджу держави мають стереотипи. Стереотип – це відносно сталий та спрощений образ, що складається в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистого досвіду і нерідко упереджених уявлень, прийнятих у суспільстві.

До найважливіших індексів, які впливають на формування іміджу тієї чи іншої держави належать: індекс глобальної конкурентоспроможності (один з найбільш відомих світових індексів, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі (Швейцарія)); індекс сприйняття корупції (ІСК); індекс електронної участі громадян (оцінює якість та корисність інформації та послуг, які за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій уряд надає громадянам з метою залучення до прийняття управлінських рішень); індекс готовності до електронного урядування (розраховується ООН); індекс економічної свободи та інші.

В епоху інформаційної революції, розглядаючи міжнародний образ (імідж) держави, все частіше беруть до уваги успіхи держав в сфері використання найсучасніших науково-технічних та інформаційних технологій. Для такого оцінювання на сьогодні розроблено більше двадцяти різних *e-індексів*, які дозволяють оцінити країну з точки зору її прогресу у напрямку формування інформаційного суспільства. Найбільш відомими

серед з них є: індекс цифрової спроможності або цифрової перспективи; індекс цифрового доступу; індекс мережної готовності; індекс інформаційного суспільства.

Значну роль у формуванні іміджу відіграють засоби масової інформації. Оцінка їх ролі в цьому процесі неоднозначна. За допомогою ЗМІ може формуватися в очах світової громадськості позитивний образ держави, почуття симпатії до неї, а в разі потреби – антипатії й осуду стосовно інших держав. Інформаційна складова іміджу держави – це сукупність інформаційних потоків політичного, економічного, культурного і соціального характеру, донесення інформації про державу через сучасні інформаційні засоби, а також поширення інформації про державу іншими суб'єктами міжнародних відносин. Інформаційна складова іміджу держави є досить важливою для формування позитивного іміджу держави. Імідж держави може формуватися під впливом багатьох чинників. Серед них виділяють: публічну дипломатію, PR, ЗМІ, світові стандарти та інше. Проте, аналізуючи світові тенденції, варто відмітити, що особливий вплив на формування іміджу тієї чи іншої держави займають сучасні інформаційні технології, зокрема Інтернет.

Україна на сьогодні залишається здебільшого беззахисним об'єктом численних інформаційних агресій ззовні, які здійснюються з різних причин: боротьба за вплив на Україну між іншими державами, намагання дестабілізувати її внутрішнє становище, завдати шкоди її міжнародному авторитету, конкуренція на зовнішніх ринках, політичні, територіальні суперечки тощо. З іншого боку, величезна кількість внутрішніх проблем давали й дають безліч інформаційних приводів для негативних повідомлень про Україну у світових медіа. В результаті нині склалася ситуація, в якій зарубіжні і більшість вітчизняних експертів суголосно називають міжнародний імідж України „катастрофічним”.

Для виходу на якісно новий рівень забезпечення роботи щодо творення та підтримки високого міжнародного іміджу України необхідно забезпечити фінансування програм та впровадження чинних актів. Потребує розробки комплекс узгоджених між собою заходів за такими фундаментальними напрямками: інформаційний паритет, налагодження взаємовигідної співпраці з діаспорою, подальше розширення й розвиток мережі українських культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ України; формування позитивного інвестиційного іміджу; розвиток позитивного туристичного іміджу.

Прес-служба – це структурний підрозділ, який забезпечує інформаційні та комунікаційні потреби урядових відомств, політичних, громадських, бізнесових, а також постійно діючих міжнародних організацій.

Відповідно до поставлених керівництвом організації завдань прес-служба може виконувати реагувальну та упереджувальну функції.

Реагувальна функція полягає в пошуку і наданні адекватної відповіді на подію, яка відбулася (часто кризового характеру).

Речник – особа, уповноважена виступати від імені організації, пропагувати серед аудиторії її політику та роз'яснювати конкретні акції. Речник повинен мати певні риси: доступність і відкритість, володіння оперативною інформацією, політична коректність.

Інформаційне лідерство та просування позитивного іміджу України посилює ефект зовнішньої і внутрішньої політики держави, оскільки безпосередньо має зв'язок зі стратегічними можливостями, що визначає її місце та значущість у світовому рейтингу, а також сприяє забезпеченню та захисту національних інтересів. Водночас важливо підкреслити, що інформаційно-пропагандистські заходи, спрямовані на підвищення міжнародного іміджу України, мають підкріплюватися реальними змінами на краще в усіх сферах, як в економіці, так і в політичному і суспільному житті нашої країни.

Для покращення іміджу України необхідно виділити такі завдання:

1. Реформувати економіку (створення нових робочих місць, зростання реальних доходів і платоспроможного попиту населення посилення позицій України на міжнародних ринках, диверсифікація джерел постачання енергоносіїв, зменшення обсягів зовнішньої заборгованості, відновлення кредитоспроможності України, зменшення державного втручання в діяльність суб'єктів господарювання).

2. Скорочення чисельності державних структур і числа державних службовців не повинно бути її головною метою (підвищення ефективності дій влади відповідно до завдань, що стоять перед державою; забезпечення прозорості прийняття рішень; ліквідація глибинних причин хабарництва та корупції).

3. Держава має довести, що її турбота про громадян, їх права і свободи втілюються в життя (визначити мінімально необхідні і досяжні рівні медичного забезпечення житлом – гарантувати їх дотримання).

ТЕМА 13. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ РОЛЬ В УДОСКОНАЛЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Поняття інформаційної культури. Поліфункціональність інформаційної культури, її функції. Компоненти інформаційної культури. Інформаційна культура в управлінській діяльності.

У науковій літературі наведено такі аспекти щодо визначення поняття «інформаційна культура»: 1) численні досягнення певного людського суспільства (групи людей, нації, народу, держави, міжнародного співтовариства) у сфері інформаційних відносин (у тому числі мистецтва, науки, техніки тощо); 2) відповідний рівень розвитку інформаційних відносин на певний момент часу, в певному просторі й колі осіб, що визначається порівняно з попередніми показниками інформаційної культури;

3) численність практичних, матеріальних і духовних надбань суспільства, які відображають історично досягнутий рівень розвитку суспільства й людини у сфері інформаційних відносин і втілюються в результатах інформаційної діяльності.

У вузчому розумінні інформаційна культура – це сфера духовного життя суспільства, що охоплює насамперед систему виховання, освіти, наукової й мистецької творчості, у контексті інформаційних відносин, а також установи і організації, що забезпечують їх функціонування. Інформаційна культура на сьогодні є одним з основних критеріїв розвиненості держави.

Інформаційна нерівність полягає у небезпеці розподілу суспільства на тих, хто «має» доступ до інформаційних благ, і тих, хто «не має» такого доступу. Інформаційна культура передбачає: вміння формулювати мету діяльності та обирати найбільш адекватний поставлений меті інформаційний засіб; вміння систематизувати і адекватно сприймати інформацію, отриману з різних джерел; рефлексія власної діяльності з використанням інформаційних засобів; відкритість до сприйняття нової інформації, здатність до навчання протягом усього життя.

Базовою складовою інформаційної культури є комп'ютерна грамотність. Комп'ютерна грамотність – це сукупність знань та вмінь необхідних для використання комп'ютерних засобів для розв'язання завдань професійної, освітньої, соціальної та інших сфер діяльності людини.

Комп'ютерна грамотність передбачає можливість використання комп'ютера в якості засобу діяльності так само вільно, як сучасна людини вільно володіє навичками письма та рахування.

Характер культури як суспільно-історичного явища зумовлює її поліфункціональність. Серед її функцій виділяються пізнавальна, інформативна, світоглядна, комунікативна, регулятивна, аксіологічна, виховна.

У відповідності з рівнем духовної культури ми судимо про рівень пізнання світу в ту чи іншу епоху, а отже, про ступінь панування людини над стихійними силами природи і суспільства.

Інформативна функція культури дозволяє людям здійснювати обмін знаннями, навичками, вміннями, здібностями, інакше кажучи, своїми сутнісними силами, які нерівні як в середині одного покоління, так і між поколіннями.

Інформативна функція культури може виявлятися через спілкування людей, в їх практичній взаємодії, перш за все – в спільній трудовій діяльності. Тому інформативна функція нерозривно пов'язана з

комунікативною. Спілкування за своїм характером буває безпосереднім і опосередкованим. Безпосереднє спілкування – це пряме засвоєння надбань культури. Воно доповнюється непрямим, опосередкованим – коли реалізується через засвоєння культурної спадщини.

Культура уможлиблює не тільки спілкування людей, але й регулювання їх взаємовідносин і діяльності. Регулятивна функція культури реалізується з допомогою певних норм, засвоєння яких необхідне кожному для успішної адаптації в суспільстві. Нормативна функція культури включає надзвичайно широке коло вимог, які пред'являються до духовного світу людини, її знань, світогляду, моральних якостей тощо.

Нормативна сторона культури яскраво виявляється у звичаях та обрядах. Звичаї – це історично сформовані способи поведінки, що мають вигляд доцільних дій, які здійснюються людьми тієї або іншої спільноти в силу трудової діяльності, під впливом громадської думки, задля відтворення зразка. Звичаї передаються з покоління в покоління. Набравши форми певного стереотипу поведінки, звичай регулює діяльність людей.

Культурі притаманна аксіологічна (оціночна) функція. Вона виражає якісний стан культури. Культура як система цінностей формує в людини певні ціннісні орієнтири й потреби. Людина, сприймаючи ту чи іншу річ або явище, дає їм позитивну або негативну оцінку. Особливе місце належить виховній функції. Культура не лише пристосовує людину до певного природного та соціального середовища, сприяє її соціалізації. Вона ще й виступає універсальним фактором саморозвитку людини, людства. Кожного конкретного індивіда або людську спільність правомірно розглядати як продукт власної культурної творчості. Світоглядна функція культури виявляється в тому, що вона синтезує в цілісну і завершену форму систему чинників духовного світу особи – пізнавальних, емоційно-чуттєвих, оцінних, вольових. Світогляд забезпечує органічну єдність елементів свідомості через сприйняття й розуміння світу не в координатах фізичного простору й часу, а в соціокультурному вимірі.

Як вид, інформаційна культура складається із сукупності багатьох систем: система знань і інтересів особистості; система переконань; система вмінь і розвинених на їх основі здібностей; система індивідуальних норм поведінки; система соціальних почуттів. Якнайбільш повно інформаційну культуру характеризують такі її риси. охоронність; інтегрованість; регулювання; адаптивність; освітність і розвиток, об'єднувальність.

У новому баченні інформаційного суспільства необхідне формування стандартів інформаційної культури. Це елементи правової, економічної та управлінської підтримки забезпечення. Розвиток їх має підтримуватися, у першу чергу, державою в єднанні зі світовим науковим співтовариством.

Інформаційну культуру в нових формах її передачі, зокрема в навчанні, можна розуміти, як систему з чотирьох базових компонентів, а саме:

культури організації подання інформації; культури сприймання та користування інформацією; культури використання нових інформаційних технологій (НІТ); культури спілкування через засоби НІТ. Два останні компоненти формують так званий мережевий етикет.

Інформаційна культура формується як інтегральне поняття, яке включає такі компоненти: аудіовізуальна культура, логічна культура, семіотична культура, понятійно-термінологічна культура, технологічна культура, комунікаційна культура, мережева культура.

Кінець XX століття і початок XXI стали початком ери інформатизації. Бурхливий розвиток інформатизації суспільства одержав назву інформаційної революції. Інформація в сучасних умовах є стратегічним ресурсом, який визначає рівень розвитку держави.

При підготовці державних службовців, управлінців усіх рівнів необхідно враховувати такий важливий аспект, як інформаційна культура. Необхідність підготовки управлінців нового – інформаційного суспільства – передбачає зовсім новий підхід: людина повинна мати певний рівень культури при роботі з інформацією. Найважливішою складовою частиною інформаційної культури сучасної людини є комунікативна *культура* з використанням сучасних інформаційних технологій. Розвиток мережевих інформаційних технологій зробив інформаційні ресурси глобальної мережі Інтернет потенційно доступними більшості людства. Вміння отримувати необхідну інформацію з мережі стає невід’ємною частиною інформаційної культури людини. Робота в комп’ютерних мережах вимагає знань і дотримання правил поведінки. Існують певні правила роботи з електронною поштою та участі у телеконференціях. Людина (управлінець/менеджер) володіє інформаційною культурою, якщо: має уявлення про інформацію та інформаційні процеси, будову комп’ютера та його програмне забезпечення; уміє з достатньою швидкістю вводити інформацію з клавіатури та працювати з графічним інтерфейсом програм за допомогою мишки; уміє використовувати інформаційне моделювання при розв’язанні завдань за допомогою комп’ютера; уміє створювати та редагувати документи, в тому числі мультимедійні презентації, уміє обробляти числову інформацію за допомогою електронних таблиць; уміє використовувати бази даних для зберігання та пошуку інформації; уміє використовувати інформаційні ресурси комп’ютерної мережі; знає і не порушує закони про авторські права на комп’ютерні програми; дотримується етичних норм при публікації інформації в мережі Інтернет і в процесі спілкування за допомогою мережі Інтернет.

Основна перешкода, що стоїть на шляху масового впровадження інформаційно-аналітичних технологій в управлінську діяльність, – це нестача кадрів (особливо в регіонах), що добре орієнтуються на українському та міжнародному ринках, володіють технологіями і методикою інформаційно-аналітичної роботи, а також здатних генерувати і далі розвивати методологію роботи.

Сьогодні на перший план вийшла проблема підготовки фахівців, які можуть інформаційно забезпечити ухвалення оптимального рішення в умовах недостатньої визначеності.

ТЕМА 14. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасні інформаційні технології і Україна. Проблеми розвитку ІАД в Україні. Можливості подолання негативних явищ. Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні і світі.

Сучасний період розвитку цивілізованого суспільства характеризує процес інформатизації. Інформатизація суспільства – це глобальний соціальний процес, особливість якого полягає в тому, що домінуючим видом діяльності в сфері суспільного виробництва є збір, накопичення, продукування, обробка, зберігання, передача та використання інформації, здійснювані на основі сучасних засобів мікропроцесорної та обчислювальної техніки, а також на базі різноманітних засобів інформаційного обміну.

Інформатизація суспільства забезпечує: активне використання інтелектуального потенціалу суспільства, сконцентрованого в друкованому фонді, і науковій, виробничій та інших видах діяльності його членів; інтеграцію інформаційних технологій в наукових та виробничих сферах діяльності, що ініціює розвиток всіх сфер суспільного виробництва, інтелектуалізацію трудової діяльності; високий рівень інформаційного обслуговування, доступ будь-якого члена суспільства до джерел достовірної інформації, візуалізацію представленої інформації, суттєвість використовуваних даних.

Застосування відкритих інформаційних систем, розрахованих на використання всього масиву інформації, доступної в даний момент суспільству в певній його сфері, дозволяє удосконалити механізми управління суспільним ладом, сприяє гуманізації і демократизації суспільства, підвищує рівень добробуту його членів.

Сучасні інформаційні технології – сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, відтворення і використання інформації в інтересах її користувачів. Види сучасних інформаційних технологій (ІТ): ІТ опрацювання даних; ІТ керування; ІТ підтримки прийняття рішень; ІТ експертних систем.

Програмний комплекс INTELECTUM.BIS. Основне призначення продукту – це забезпечення експертів-маркетологів і аналітиків інструментарієм обробки інформації для виконання бізнес-досліджень з метою забезпечення інформацією керівництва для прийняття управлінських рішень.

Цей засіб аналізу інформації із баз даних різноманітного змісту (ЗМІ, новини з WEB-ресурсів, бази даних за темами – зовнішньоекономічна діяльність, вантажоперевезення, статистика і т.д.).

Інформаційно-аналітична система «АСТРА» призначена для роботи підрозділів аналітичних служб компаній і державних структур, діяльність яких пов'язана із стратегічним плануванням, маркетингом, обробкою і аналізом великих обсягів текстової інформації. У сучасному ІАС «Астра» застосовується в якості аналітичної системи підтримки прийняття рішень і моніторингу інформації.

Корпоративна експертна система «Аналітик-2». Система «Аналітик-2» призначена для вирішення широкого кола завдань, пов'язаних із аналітичною обробкою неструктуризованої інформації, зокрема, інформації із мережі Інтернет. Інструменти, які представлені в системі, дозволяють вирішувати весь спектр аналітичних завдань від збору і аналітичної обробки до групової роботи експертів в корпоративній базі знань і підготовки звітності

Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій у світі посідає 75 місце. Такі дані оприлюднила міжнародна громадська організація Всесвітній економічний форум у своїй шостій щорічній доповіді. У попередньому рейтингу Україна займала 76 позицію. Єдина конкурентна перевага, яку має наша країна в цьому аспекті, це традиційно сильні ІТ-кадри, тобто в Україні дуже високий рівень підготовки програмістів. Україна є одним зі світових центрів офшорного програмування. У складеному рейтингу лідирує Данія – завдяки зразковій нормативно-правовій базі і чіткій політиці держави з поширення інформаційних технологій. Друге місце зайняла Швеція. Також у першу трійку потрапив Сінгапур. У першу десятку увійшли Фінляндія, Швейцарія, Нідерланди, США, Ісландія, Великобританія і Норвегія. США, лідер рейтингу минулого року, опустилися на 7 місце. Найнижчий рівень розвитку інформаційних технологій спостерігається в африканських країнах.

Проблеми побудови інформаційного суспільства в Україні все активніше стають на порядок денний. Україна має потенціал та реальні можливості щодо розбудови інформаційного суспільства.

Указом Президента України надано потужний імпульс розвитку українського сегмента світової мережі Інтернет. Вироблення чіткої державної позиції з питання відтоку спеціалістів у сфері інформаційних технологій за межі країни дозволить вирішувати як питання захисту інтересів громадян, які виїжджають за кордон, так і сприяти розвитку цієї стратегічної сфери.

Початок фінансування Національної програми інформатизації дозволив перейти до стадії реального виконання її завдань. Показники, за якими Україна відстає найбільше: негативний для ІТ ефект від системи оподаткування – 127-е місце з 134 країн; захист прав власності – 123 місце; незалежність судової системи – 119 місце; ефективність правової системи – 116 місце; захист прав інтелектуальної власності – 114 місце; важливість інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в урядовому баченні майбутнього країни – 114 місце; ефективність органів правозастосування (МВС, прокуратура) – 113 місце; наявність ІКТ серед пріоритетів уряду – 110 місце; загальне податкове навантаження – 107 місце; інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку – 105 місце; вартість телефонних ліній

для бізнес-абонентів – 104 місце; застосування широкосмугового Інтернету в домогосподарствах – 100 місце.

До найбільш нагальних проблем, що стосуються питань галузевої інформатизації, належать: 1. Неврегульованість нормативної бази щодо порядку, форм та змісту інформаційного обміну між управлінськими установами, результатом чого є як дублювання інформації, так і її відсутність. 2. Неврегульованість нормативно-технічного забезпечення (стандарти, технічні умови тощо) процесів інформатизації є чинником, що певною мірою утруднює взаємодію та координацію програм інформатизації. Тут є досить багато не врегульованих моментів – починаючи з відсутності сталої термінології та стандартів і закінчуючи відсутністю критеріїв класифікації засобів інформатизації. 3. Використання застарілої або нестандартної обчислювальної техніки для забезпечення виконання функцій. 4. Проблема придатності існуючих галузевих інформаційних систем для інтеграції на національному рівні ще не знайшла відповідного відображення в інформатизаційних програмах.

Основна увага приділяється виконанню інтегруючих завдань у межах формування національної інфраструктури інформатизації: розробленню концепції та програми створення національної телекомунікаційної інфраструктури, а також створенню першої черги телекомунікаційної інфраструктури; розробленню концепції та програми створення інформаційних ресурсів органів державної влади, а також створенню автоматизованої системи ведення державного земельного кадастру і державного банку цифрової картографічної інформації території України з використанням геоінформаційних технологій.

Передбачається розвиток інформаційних технологій, насамперед у тих ділянках, де вітчизняні розробки відповідають світовому рівню. Це стосується, зокрема, нейромережних технологій, створення засобів інтелектуалізації широкого призначення.

Головною характеристикою стану інформатизації в Україні є посилення її ролі та значимості для суспільства.

Питання використання глобальної інформаційної мережі Internet є одним з пріоритетних напрямів державної політики у сфері інформатизації.

Побудова інформаційного суспільства в Україні є одним з найактуальніших завдань сьогодення. На нинішньому етапі розвитку українського суспільства існують проблеми, що стримують його інтеграцію з інформаційним суспільством ЄС: недостатнє усвідомлення можливостей, які надають сучасні інформаційні й телекомунікаційні технології в суспільній та економічній діяльності, у приватному житті; невідповідність нормативно-правової бази сфери інформатизації та зв'язку сучасним вимогам, зокрема її неузгодженість з відповідними міжнародними нормами; недостатній розвиток національної інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури; недостатньо активна участь українських учених та фахівців у науково-технічних програмах ЄС.

На подолання цих перешкод спрямовано ряд завдань Програми інтеграції України до ЄС: здійснення підготовчих заходів з гармонізації існуючих та розроблення нових законодавчих актів про інформатизацію і зв'язок в Україні відповідно до вимог ЄС; створення передумов для надання доступу та обміну інформацією з питань захисту довкілля, охорони здоров'я, культури та освіти з використанням новітніх інформаційних технологій; створення системи управління національними інформаційними ресурсами, Національного Хосту для забезпечення участі України в проектах ЄС щодо побудови інформаційного суспільства; проведення семінарів і конференцій та взаємне інформування з питань політики і підходів щодо розвитку інформаційного суспільства.

Україна має потенціал та реальні можливості щодо розбудови інформаційної інфраструктури.

Проведений аналіз стану інформатизації у виробничих та управлінських структурах засвідчив, що в більшості структур ще не на достатньому рівні сформована цілісна система інформаційних потоків як у межах галузі (сфери діяльності), так і між різними галузями. Це можна вважати ознакою того, що ще не встановлено зв'язок між функціями, які покладені на відповідні структури, та потрібними для цього інформаційними ресурсами, технологіями й технічними засобами, а також відповідними повноваженнями.

Відповідним чином різний характер мають і програми інформатизації галузей, що існують у різних формах. Однією з головних причин такої ситуації є фактична відсутність системної, багаторівневої, нормативно підкріпленої, базованої на певній ідеології та стратегії галузевої державної політики.

Перспективи розвитку інформаційних технологій на Україні. Внаслідок глобальної інформатизації суспільства активізуються нові геополітичні процеси, такі як: глобалізація економіки; глобалізація науки; глобалізація освіти; глобалізація культури.

Усе це активізує розвиток таких інформаційних технологій, як робота із сховищами даних, WAP-технології, цифрові фото та носії інформації, IP-телефонія, створення кишенькових комп'ютерів, нові принципи побудови дисплеїв, робота над створенням систем штучного інтелекту, виникнення дата-центрів, дистанційна освіта. Дистанційне навчання – нова організація освітнього процесу, що ґрунтується на використанні як кращих традиційних методів навчання, так і нових інформаційних та телекомунікаційних технологій, а також на принципах самостійного навчання, і призначається для широких верств населення незалежно від матеріального забезпечення, місця проживання, стану здоров'я. Дистанційне навчання дає змогу впроваджувати інтерактивні технології викладення матеріалу, здобувати повноцінну освіту, підвищувати кваліфікацію співробітників у територіальне розподілених місцях.

Характерними рисами дистанційного навчання є: гнучкість; актуальність; зручність; модульність; економічна ефективність; можливість одночасного використання великого обсягу навчальної інформації будь-якою кількістю студентів; інтерактивність; більші можливості контролю якості навчання; відсутність географічних кордонів для здобуття освіти. Різні курси можна вивчати в різних навчальних закладах світу. Дистанційну освіту забезпечують такі технології: кейстехнологія; мережна; телевізійна.

Отже, в сучасних умовах в Україні немає іншого вибору, як адаптуватися до сучасного інформаційного суспільства та розвивати інформаційні технології.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції; робота в малих групах; семінари-дискусії; кейс-метод; ділові ігри.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або лабораторні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань.

Лабораторні заняття (з елементами семінарської дискусії) дозволяють формувати у студентів навички особистого експериментального дослідження.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації у ролі безпосередніх учасників подій.

Мозкові штурми – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

План практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Теоретичні основи інформаційно-аналітичної діяльності. Методи аналітики, їхня універсальність у процесі пізнання	2
2	Система законодавчого забезпечення інформаційноаналітичної діяльності в Україні. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації	2
3	Інформаційно-аналітична робота як процес творчого мислення	2
4	Нові інформаційні технології та інформаційна політика	2
5	Планування інформаційно-аналітичної діяльності в організації	2
6	Маркетингові дослідження та маркетингові комунікації в інформаційно-аналітичній діяльності	2
7	Інформаційні технології формування іміджу держави	2
8	Перспективи та проблеми розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в Україні	2

Зміст практичних занять

Практичне заняття 1. Теоретичні основи інформаційно-аналітичної діяльності. Методи аналітики, їхня універсальність у процесі пізнання

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Актуальність, суть, основні принципи ІАД.
2. Цілі, об'єкт, предмет, суб'єкти ІАД.
3. Категоріально-понятійна система дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу».
4. Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика.

5. Основні методи аналітики.
6. Характеристика основних різновидів ІАД.
7. Параметри інформації.
8. Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних

явищ

Практичне завдання:

1. Використовуючи дані нормативно-правових актів, наукових довідкових джерел, порівняти визначення понять «інформація», «інформаційна робота», «аналітична діяльність», «аналітика», «інформаційний продукт», «інформаційна послуга». Отримані дані записати у вигляді таблиці.

Поняття	Визначення	Посилання

2. Шляхом опитування дослідити соціально-професійні уподобання окремої групи працівників певної галузі:

- а) скласти анкету / питальник для опитування: рівень напружень і стресів, зручність розташування, комфорт робочого місця, взаємини з керівництвом, навантаження і графік роботи, наявність додаткових пільг, рівномірний розподіл обсягів робіт та інше;
- б) провести опитування мінімально 20 респондентів;
- в) отримані результати опрацювати та узагальнити отримані дані, зробити відповідні рекомендації і висновки.

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 2. Система законодавчого забезпечення інформаційноаналітичної діяльності в Україні. Суб'єкти інформаційної

діяльності та їх потреби в інформації

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Нормативно-правове регулювання інформаційної сфери в Україні.
2. Закон України «Про інформацію» – базовий акт у системі регулювання інформаційних відносин.
3. Закон України «Про доступ до публічної інформації».
4. Інші нормативні акти стосовно інформаційно-аналітичної діяльності.
5. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин».
6. Інформаційні потреби споживачів.
7. Сутність і структура інформаційного циклу.
8. Характеристики інформаційних потреб.
9. Методи вивчення інформаційних потреб

Практичне завдання:

1. Зробити аналітичну оцінку структури та ролі корпоративних медіа у роботі певної установи / організації / підприємства.
2. Подати офіційну інформацію про захист даних у вигляді таблиці «Нормативно-правове забезпечення організації і проведення заходів захисту інформації» за такими напрямками:

нормативно-правовий акт, вихідні дані → коментар / статті

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224 с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 3. Інформаційно-аналітична робота як процес

творчого мислення

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Інформаційна робота як процес творчого мислення керівника соціального закладу.
2. Оціночна діяльність і прогнозування в інформаційно-аналітичному процесі.
3. Інформаційне забезпечення управління

Практичне завдання:

1. Узагальнити методику проведення контент-аналізу, показати його основні складові. Провести якісний контент-аналіз контенту інформаційного каналу / спільноти / групи (на вибір студента). Результати оформити у таблиці.
заголовок → опис (зміст, виробник, країна, аудиторія) → функційне призначення

2. Проаналізувавши періодичні видання, підготувати прес-кліпінг (тематичну добірку матеріалів, виявлених з періодичних видань) на тему: «Засоби комунікації з населенням на випадок надзвичайного стану».

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 4. Нові інформаційні технології та інформаційна політика

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Нові інформаційні технології обробки інформації.
2. WWW-технології в інформаційній сфері.
3. Інформаційні технології аналітичної обробки інформації.

4. Сучасні технології спільної роботи.

Практичне завдання:

1. Застосовуючи метод проєктів, підготувати інформаційний проєкт з актуальної теми в інформаційній галузі, суміжних інформаційних напрямів. Подати у формі презентації, портфоліо, аналітичної статті.

2. Застосовуючи кількісно-якісні методи роботи з інформацією, здійснити моніторинг публікацій у фахових і спеціалізованих наукових виданнях за останні п'ять років за такими темами: «Вимоги та можливості інформаційної діяльності та захисту інформації». Створити аналітичний огляд, вказуючи використані джерела інформації, методику роботи з ними та навести власні узагальнення та умовиводи.

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 5. Планування інформаційно-аналітичної діяльності в організації

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Необхідність планування ІАД.
2. Основні принципи планування.
3. Поточне і стратегічне планування.
4. Структура бізнес-планування.

Практичне завдання:

1. Схематично подати взаємозв'язки інформаційної аналітики сьогодні з іншими видами діяльності.

1. Простежити технології, способи і методи роботи з конфіденційною / таємною інформацією.

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 6. Маркетингові дослідження та маркетингові комунікації в інформаційно-аналітичній діяльності

Питання для обговорення на семінарському занятті

1. Теорія маркетингової комунікації.
2. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.
3. Методи отримання й обробки маркетингової інформації.
4. Інтернет-маркетинг.
5. Електронна комерція.

Підготовка доповідей та рефератів до семінарського заняття на теми:

1. Принципи діагностики економічного стану підприємства.
2. Бізнес-моделі в е-комерції.
3. Структура маркетингової інформаційної системи

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.:Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Практичне заняття 7. Інформаційні технології формування іміджу держави

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Поняття іміджу та його види.
2. Імідж України, його складові.
3. Технології формування іміджу.
4. Діяльність прес-служб.
5. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.

Практичне завдання:

1. На карті України позначити інформаційно-аналітичні структури та відобразити тему «Інформаційний імідж України» у світі.
2. Підготувати інтерв'ю на тему «Роль інформаційних аналітиків у суспільстві».

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

**Практичне заняття 8. Перспективи та проблеми розвитку
інформаційно-аналітичної діяльності в Україні**

Питання для обговорення на семінарському занятті:

1. Сучасні інформаційні технології і Україна.
2. Проблеми розвитку ІАД в Україні.
3. Можливості подолання негативних явищ.
4. Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні і світі.

Підготовка доповідей та рефератів до семінарського заняття на теми:

1. Основні завдання інформаційно-аналітичних структур України.
2. Діяльність Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД).
3. Діяльність Міжнародного центру перспективних досліджень (МЦПД).
4. Фактори ризику в роботі аналітика.
5. Провідні інформаційно-аналітичні центри США.

Рекомендовані інформаційні ресурси для виконання практичних

завдань

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Загальні методичні рекомендації організації самостійної роботи студентів

Самостійна робота студентів (СРС) займає провідне місце у системі сучасної вищої освіти. З усіх видів навчальної діяльності СРС значною мірою забезпечує формування самостійності як провідної риси особистості студента.

Самостійна робота завершує завдання усіх інших видів навчальної діяльності. Адже знання, що не стали об'єктом власної діяльності, не можуть вважатися дійсним надбанням людини. Тому СРС має навчальне, особисте та суспільне значення.

Навчальна діяльність характеризується суб'єктністю, активністю, предметністю, цілеспрямованістю, наявністю структури та змісту. Особливими ознаками самостійної навчальної діяльності є такі:

- зміни самого суб'єкта;
- залежність від рівня розвитку студента та опора на досягнутий рівень розвитку;
- засвоєння загальних способів дій та наукових понять;
- передумання загальних засобів дій вирішенню завдань;
- залежність змін психічних властивостей та поведінки тих, хто навчається, від результатів їх власних дій.

Виконання самостійної роботи передбачає:

1. Опрацювання навчальної літератури за допомогою бібліотеки кафедри, університету, мережі Інтернет.

2. Вивчення навчального матеріалу, який дається для самостійної роботи.

3. Засвоєння знань, видів та способів діяльності в конкретній предметній галузі.

4. Самоперевірка засвоєних знань за допомогою представлених питань. За необхідності можна отримати індивідуальну консультацію викладача щодо виконання самостійної роботи. Для цього на кафедрі кожного семестру розробляється графік консультацій викладачів.

Дидактичне забезпечення самостійної роботи студентів

Тема 1. Понятійний апарат. Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності

Мета, завдання, предмет навчальної дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу» та її специфіка. Структура курсу «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу». Місце навчальної дисципліни в системі дисциплін документно-комунікаційного циклу.

Інформаційно-аналітична діяльність як специфічний різновид людської діяльності. Короткий історичний огляд розвитку інформаційно-аналітичної діяльності. Найважливіші етапи. Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин

Питання для самоперевірки:

1. Зміст поняття «інформаційна діяльність».
2. Мета аналітичної діяльності.
3. Дві стадії, які передбачає інформаційно-аналітична діяльність.
4. Суб'єкти інформаційної діяльності.
5. Особливості інформаційно-аналітичної діяльності в системі інформаційної діяльності.

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Тема 3. Інформаційна аналітика як засіб одержання знань

Інформаційна аналітика як засіб одержання знань. Види інформаційно-аналітичних робіт. Методика написання аналітичної роботи. Загальні ознаки роботи високої якості та типові помилки

Питання для самоперевірки:

1. Зміст понять «інформаційний ресурс», «інформаційне суспільство», «інформація як товар», «інформаційна культура».
2. Характерні особливості процесів інформаційно-аналітичної діяльності стосовно базової діяльності споживача інформації.
3. Спільні і відмінні риси в поняттях «інформаційний ресурс» та «інформаційний продукт».
4. Роль інформаційних аналітиків у суспільстві.

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Тема 5. Інформаційно-аналітичний процес: суть, принципи, інструментарій

Інформаційно-аналітичний процес: суть та принципи. Головні фактори результативності роботи аналітика. Етапи і порядок підготовки

інформаційно-аналітичних документів. Проблема «пастки часу» і засоби її подолання

Питання для самоперевірки:

1. Роль інформаційно-аналітичної діяльності у підготовці інформаційних аналітиків.
2. Чинники, від яких залежить рівень інформаційно-аналітичної діяльності.
3. Етапи проведення інформаційно-аналітичного дослідження.
4. Особливості інформаційної аналітики у порівнянні з класичними дослідженнями.

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Тема 8. Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності

Ієрархічні рівні організації ІАД. Специфіка організації інформаційних послуг в сфері управління. Організація діяльності інформаційно-аналітичної служби. Менеджмент кадрових ресурсів, фінансування та матеріально-технічна база організації як головні чинники успішної ІАД

Питання для самоперевірки:

1. Інформація, що дозволяє стійке положення підприємству на ринку.
2. Основні різновиди інформаційно-аналітичної служби.
3. Структура інформаційно-аналітичної служби за кордоном.
4. Функціональні підрозділи інформаційно-аналітичної служби.
5. Головні характеристики засобів підбору фахівців ІАД.
6. Джерела формування фінансів ІАС.

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб.

К.:Університет «Україна». 417 с.

2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.

3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Тема 11. Інформаційно-аналітична діяльність в малому та середньому бізнесі

Поняття малого та середнього бізнесу. Інформаційна складова малого та середнього бізнесу. Принципи діагностики економічного стану підприємства. Методика діагностики економічного стану

Питання для самоперевірки:

1. Загальна характеристика матеріальних ресурсів ІАС.
2. Бізнес-план.
3. Основні етапи і принципи бізнес-планування.
4. Стратегічне і поточне планування.
5. Структура бізнес-планування.

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб.

К.:Університет «Україна». 417 с.

2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.

3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

Тема 13. Інформаційна культура та її роль в удосконаленні інформаційної діяльності

Поняття інформаційної культури. Поліфункціональність інформаційної культури, її функції. Компоненти інформаційної культури. Інформаційна культура в управлінській діяльності.

Питання для самоперевірки:

1. Поняття «інформаційна культура».
2. Основні функції інформаційної культури.
3. Основні риси інформаційної культури.
4. Компоненти інформаційної культури.
5. Особливості інформаційної культури в управлінській діяльності

Література:

1. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
2. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.
3. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

МАГІСТРАМИ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Варіант 1

1. Інформаційна діяльність, загальна характеристика.
2. Головні фактори результативності роботи аналітика.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри когнітивного компоненту інформаційно-аналітичних теоретичних знань (знання базових понять) керівника соціального закладу.

Варіант 2

1. Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика.
2. Інформаційне забезпечення управління.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри функціонального компоненту комунікативних умінь і навичок керівника соціального закладу.

Варіант 3

1. Основні методи аналітики.
2. Діяльність прес-служб.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри когнітивного компоненту інформаційно-аналітичних технологічних знань керівника соціального закладу.

Варіант 4

1. Параметри інформації.
2. Етапи і порядок підготовки інформаційно-аналітичних документів.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри функціонального компоненту аналітичних умінь керівника соціального закладу.

Варіант 5

1. Методи організації ІАД.
2. Інформаційна культура в управлінській діяльності.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри функціонального компоненту синтетичних умінь керівника соціального закладу.

Варіант 6

1. Методи збору аналітичної інформації.
2. Інформаційно-аналітична компетентність керівника соціального закладу.
3. Практичне завдання. Розкрити параметри особистісно-ціннісного компоненту спрямованості і мотивації особистості керівника соціального закладу на виконання інформаційно-аналітичної діяльності

Варіант 7

1. Інформаційна аналітика як засіб одержання знань.
2. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.

3. Практичне завдання. Розкрити параметри особистісно-ціннісного компонента (особистісні якості керівника соціального закладу на виконання інформаційно-аналітичної діяльності).

Варіант 8

1. Види інформаційно-аналітичних робіт.
2. Компоненти інформаційної культури.
3. Практичне завдання. Наведіть приблизну структуру бізнес-плану, яка розкриває більш детально як вихідну інформацію, так і планові показники, які розробляються на її основі:

Варіант 9

1. Загальноприйнятий алгоритм діагностики інформаційних подій і процесів.
2. Поліфункціональність інформаційної культури, її функції.
3. Практичне завдання. Наведіть структуру дайджесту.

Варіант 10

1. Методика написання аналітичної роботи.
2. Інформаційні технології аналітичної обробки інформації.
3. Практичне завдання. Розкрийте якісні показники інформації.

Варіант 11

1. Інформаційно-аналітичний процес: суть та принципи.
2. Нові інформаційні технології обробки інформації.
3. Практичне завдання. Розкрийте кількісні й ціннісні показники інформації.

Варіант 12

1. Імідж України в міжнародному інформаційному середовищі, його складові.
2. Інформаційне забезпечення управління.
3. Практичне завдання. Окресліть базові моделі, що використовуються в ІАД.

Варіант 13

1. Поняття інформаційної культури.
2. Інформаційно-аналітична компетентність керівника соціального закладу.
3. Практичне завдання. Окресліть методи прогнозу інформаційних подій і процесів.

Варіант 14

1. Поліфункціональність інформаційної культури, її функції.
2. Інформаційна робота як процес творчого мислення.
3. Практичне завдання. Схарактеризуйте метод сценаріїв в ІАД.

Варіант 15

1. Компоненти інформаційної культури.
2. Нові інформаційні технології обробки інформації.

3. Практичне завдання. Охарактеризуйте етапи процесу аналітичного прогнозування.

Варіант 16

1. Інформаційна культура в управлінській діяльності.
2. Діяльність прес-служб.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте методи управління комунікативними процесами.

Варіант 17

1. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.
2. Методика написання аналітичної роботи.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте п'ять рівнів «дерева цілей».

Варіант 18

1. Методи отримання й обробки маркетингової інформації.
2. Необхідність планування ІАД.
3. Практичне завдання. Окресліть основні переваги системи підтримки прийняття рішень.

Варіант 19

1. Інтернет-маркетинг.
2. Інформаційно-аналітична компетентність керівника соціального закладу.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте основні принципи Концепції нового міжнародного інформаційного і комунікативного порядку (НМІКП).

Варіант 20

1. Електронна комерція.
2. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте основні принципи складання будь-якого аналітичного документа.

Варіант 21

1. Етапи і порядок підготовки інформаційно-аналітичних документів.
2. Головні фактори результативності роботи аналітика.
3. Практичне завдання. Охарактеризуйте загальні ознаки аналітичної роботи високої якості.

Варіант 22

1. Діяльність прес-служб.
2. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.
3. Практичне завдання. Окресліть методику проведення системного аналізу інформації.

Варіант 23

1. Менеджмент кадрових ресурсів, фінансування та матеріально-технічна база організації як головні чинники успішної ІАД.

2. Методи отримання й обробки маркетингової інформації.
3. Практичне завдання. Окресліть поняття «безпеки підприємницької діяльності».

Варіант 24

1. Ієрархічні рівні організації ІАД.
2. Специфіка організації інформаційних послуг в сфері управління.
3. Практичне завдання. Наведіть приклади інформаційних війн з минулого.

Варіант 25

1. Інформаційно-аналітична компетентність керівника соціального закладу
2. Перспективи формування позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному середовищі.
3. Практичне завдання. Окресліть технології ведення інформаційних війн.

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З КУРСУ «ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА СОЦІАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ»

1. Окресліть мету та завдання вивчення дисципліни.
2. Дайте визначення поняття інформаційно-аналітичної діяльності та охарактеризуйте її специфіку.
3. Окресліть структуру курсу.
4. Охарактеризуйте місце навчальної дисципліни в системі дисциплін документно-комунікаційного циклу.
5. Дайте визначення поняття «аналітика».
6. Назвіть основні функції інформаційно-аналітичної діяльності.
7. Охарактеризуйте основні етапи розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в історичному аспекті.
8. Подайте класифікацію джерел інформації.
9. Назвіть ознаки, за якими інформація поділяється на види.
10. В чому актуальність інформаційно-аналітичної діяльності?
11. Охарактеризуйте суть інформаційно-аналітичної роботи.
12. Назвіть основні принципи ІАД.
13. Поясніть основне правило інформаційно-аналітичного процесу.
14. Які цілі ІАД?
15. Назвіть основні об'єкти та суб'єкти інформаційно-аналітичної діяльності.
16. Дайте визначення поняття «інформація».
17. Назвіть основні властивості інформації.
18. Які особливості інформації як товару?
19. В чому плюси і мінуси професії аналітика?
20. Охарактеризуйте ділові якості аналітика.
21. Назвіть особисті якості аналітика.
22. Дайте коротку характеристику методам аналітики.
23. Охарактеризуйте основні різновиди ІАД.
24. Назвіть параметри інформації.
25. Окресліть базові моделі, що використовуються в ІАД.
26. Дайте характеристику основним методам організації інформаційно-аналітичної діяльності.

27. Окресліть загальноприйнятий алгоритм діагностики інформаційних подій і процесів.
28. Назвіть найпоширеніші види аналізів інформаційних процесів і явищ.
29. Охарактеризуйте основні методи збору інформації.
30. Дайте обґрунтування використання основних логічних законів.
31. Назвіть типові помилки при написанні та оформленні аналітичної роботи.
32. Дайте визначення поняттям «прогноз» та «прогнозування».
33. Окресліть загальне правило прогнозу.
34. Коротко охарактеризуйте методи прогнозу інформаційних подій і явищ.
35. Назвіть основні етапи прогнозування.
36. Охарактеризуйте систему законодавчого забезпечення інформаційно-аналітичної діяльності в Україні.
37. Чому Закон України «Про інформацію» фахівці визначають як базовий?
38. Дайте характеристику Закону «Про доступ до публічної інформації».
39. Закони України та підзаконні акти, що регламентують інформаційно-аналітичну діяльність.
40. Охарактеризуйте поняття «аналітика» та «аналітична діяльність».
41. Які існують вимоги до інформаційно-аналітичного продукту?
42. Дайте коротку характеристику видам інформаційно-аналітичних робіт.
43. Назвіть основні цілі написання аналітичної роботи.
44. Окресліть методику проведення системного аналізу інформації.
45. Коротко охарактеризуйте правило «пяти сторінок».
46. Охарактеризуйте загальні ознаки аналітичної роботи високої якості.
47. Які логічні закони потрібно використовувати при написанні аналітичного проекту?
48. Назвіть головні помилки при написанні аналітичної роботи.
49. Обґрунтуйте основні принципи інформаційно-аналітичного процесу.
50. Розкрийте суть основних інформаційних процесів.
51. Які є шляхи подолання «пастки часу» в інформаційно-аналітичній діяльності?
52. Охарактеризуйте інформаційну роботу як процес творчого мислення.
53. Поясніть узагальнений підхід до побудови сценарію розвитку подій «якщо... то...».
54. Як класифікують прогнози за періодом упередження?
55. Дайте визначення поняттю «інформаційне забезпечення управління».
56. Окресліть поділ аналітичних завдань на класи.
57. Охарактеризуйте поняття «інформаційні технології».
58. Які є шляхи впровадження нових інформаційних технологій?
59. Поясніть значення і можливості глобальної мережі Інтернет в інформаційно-аналітичній діяльності.
60. Які основні завдання моніторингу суспільних (економічних) процесів і явищ?

61. Охарактеризуйте основні напрямки моніторингу інформаційних процесів.
62. Назвіть сучасні технології спільної роботи з аналітичною інформацією.
63. Дайте коротку характеристику рівням організації ІАД.
64. В чому специфіка організації інформаційних послуг в сфері управління?
65. Визначте категорії управлінської інформації.
66. Назвіть основні різновиди аналітиків.
67. Які є види інформаційно-аналітичних служб?
68. Яка орієнтовна структурна будова ІАС в Україні?
69. Чим відрізняється структура ІАС в Україні і за кордоном?
70. Охарактеризуйте основні зв'язки ІАС з іншими службами і підрозділами.
71. Окресліть основні засоби підбору фахівців.
72. Назвіть основні джерела фінансування ІАС.
73. Зробіть коротку загальну характеристику матеріальних ресурсів ІАС.
74. В чому необхідність планування діяльності ІАС?
75. Охарактеризуйте основні принципи планування.
76. Чим різняться стратегічне і поточне планування?
77. Окресліть структуру бізнес-планування.
78. Дайте визначення поняттю «теорії маркетингової комунікації».
79. Окресліть стадії маркетингових комунікацій.
80. Охарактеризуйте поняття «маркетингових інформаційних систем».
81. Поясніть структуру маркетингової інформаційної системи.
82. Назвіть методи отримання й обробки маркетингової інформації.
83. Коротко охарактеризуйте поняття «інтернет-маркетингу».
84. Охарактеризуйте основні форми е-комерції.
85. Які бізнес-моделі в е-комерції ви знаєте?
86. Які існують джерела отримання конкурентної інформаційної переваги?
87. Назвіть основні принципи діагностики економічного стану підприємства.
88. Окресліть методику діагностики економічного стану підприємства.
89. Окресліть інформаційну складову іміджу держави.
90. Виділіть найважливіші індекси іміджу держави.
91. Опишіть відомі технології формування іміджу держав.
92. Які перспективи формування позитивного іміджу України?
93. Дайте визначення поняття «інформаційна культура», визначте її основні функції.
94. Назвіть основні риси і компоненти інформаційної культури.
99. Які особливості інформаційної культури в управлінській діяльності?
100. Окресліть сучасні проблеми розвитку ІАД в Україні.

МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять. Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитись у таких формах:

1. Оцінювання роботи студентів у процесі лабораторних занять.
2. Проведення проміжного контролю.
3. Проведення модульного контролю.

Загальна модульна оцінка складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час лабораторних занять та оцінки за виконання модульної контрольної роботи.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як середнє арифметичне модульних оцінок.

Порядок поточного оцінювання знань студентів

Поточне оцінювання здійснюється під час проведення лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- 1) активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
- 2) виконання проміжного контролю;
- 3) виконання модульного контрольного завдання.

Контроль систематичного виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях

Оцінювання проводиться за 5-бальною шкалою за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
- 3) ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- 4) уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Оцінка «відмінно» ставиться за умови відповідності виконаного завдання студента або його усної відповіді до всіх п'яти зазначених критеріїв.

Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку на відповідну кількість балів.

При оцінюванні практичних завдань увага приділяється також їх якості та самостійності, своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка буде знижена.

Проміжний модульний контроль

Проміжний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного модуля та вміння застосовувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді контрольної роботи за темами 1-го та 2-го модулю.

Проведення модульного контролю

Модульний контроль здійснюється та оцінюється за допомогою проведення контрольної роботи за всіма темами дисципліни.

Підсумкова оцінка з дисципліни розраховується як середня з кількох складових, що враховує оцінки кожного виду контролю (дві оцінки за результатами поточного модульного контролю, оцінку за курсовий проект і підсумкову контрольну роботу).

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Реферативна робота

(вид індивідуального завдання)

№ з/ п	Назва індивідуального завдання та (або) його розділів
1.	Оглядово-аналітичний документ: поняття, класифікація, структура, методика складання
2.	Роль і місце інформаційно-аналітичної діяльності в управлінні
3.	Інформаційно-аналітична робота органів державної виконавчої влади
4.	Інформаційне обслуговування й інформаційні послуги
5.	Інформаційно-аналітична діяльність в системі науково-технічної інформації
6.	Аналітична складова інформаційно-аналітичної діяльності
7.	Виробники інформаційної продукції
8.	Інформаційно-аналітична продукція: питання типології
9.	Комунікаційний процес як суспільна функція інформаційно-аналітичної діяльності
10 ..	Інформаційна культура та її роль в удосконаленні інформаційної діяльності
11 ..	Головні помилки при написанні аналітичної роботи
12 ..	Розвиток засобів інтелектуалізації інформаційної діяльності
13 ..	Інформаційна потреба як суспільне явище
14	Планування інформаційно-аналітичної діяльності в організації

15 ..	Інформаційна аналітика як засіб одержання знань
16 ..	Інформаційна складова національної безпеки України
17 ..	Види комунікації, їх взаємодія у сфері комунікативного простору
18 ..	Інформаційно-аналітична діяльність у малому та середньому бізнесі
19 ..	Організаційні аспекти управління інформаційними ресурсами
20 ..	Інформаційна революція, її сутність
21 ..	Методика підготовки інформаційно-аналітичних продуктів
22 ..	Методика складання реферату
23 ..	Україна в світовому інформаційному просторі
24 ..	Правове регулювання інформаційної сфери в Україні
25 ..	Інформаційні послуги як результат інформаційно-аналітичної діяльності
26 ..	Послуги документального обслуговування
27 ..	Інформаційна складова іміджу держави

28 ..	Плюси і мінуси професії аналітика
29 ..	Можливості глобальної мережі Інтернет в інформаційно-аналітичній діяльності
30 ..	Перспективи розвитку інформаційно-аналітичної діяльності в Україні

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Богуш В. М., Юдін О. К. (2005). Інформаційна безпека держави. К.: «МК-Прес». 432 с.
2. Валевський О. Л. (2001). Державна політика в Україні: методологія аналізу, стратегія, механізми впровадження: монографія. К.: НІСД. 242 с.
3. Варенко В. М. (2014). Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. К.: Університет «Україна». 417 с.
4. Введення в політичну аналітику: навч. посіб. / кол. авт.; за заг. ред. В. А. Телушина (2006). К.: Вид-во НАДУ. 314 с.
5. Горовий В. М. (2010). Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс. НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського; наук. ред. Л. А. Дубровіна. К. 360 с.
6. Дубас О. П. (2004). Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті. К.: Генеза. 276 с.
7. Дубов Д. В., О. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк (2010). Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: аналіт. доп. К. : НІСД. 64 с.
8. Захарова І. В., Філіпова Л. Я. (2013). Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб.. Київ : Центр учбової літератури. 336 с.
9. Інформаційно-аналітична діяльність: методичні вказівки до навчальної дисципліни. Для студентів освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Укладач: Л. А. Ковальська (2020). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса,. 32 с.
10. Інформаційно-аналітичне забезпечення органів місцевої влади: навч. посіб. / за заг. ред. В. М. Дрешпака (2007). Д.: ДРІДУ НАДУ. 160 с.
11. Котуков О. (2012). Оволодіння основами інформаційно-аналітичної діяльності як запорука прийняття обґрунтовано правильних рішень. Публічне управління: теорія та практика: зб.наук.пр. Асоціації докторів наук з державного управління [Електронний ресурс]: Х. ДокНаукДержУпр. № 2 (10).
12. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с.

13. Малиновський В. Я. (2009). Державне управління: навч. посіб. Луцьк: Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. 558 с.
14. Мельник А. Ф. (2006). Менеджмент державних установ і організацій: навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал». 464 с.
15. Муковський І. Т., Міщенко А. Г., Шевченко М. М. (2012). Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах: навч. посіб. К.: Кондор. 224с.
16. Новак В. О., Макаренко Л.Г., Луцький М.Г. (2006). Інформаційне забезпечення менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор. 462 с.
17. Орлов П. І., Луганський О. М. (2004). Інформаційні системи та технології в управлінні, освіті, бібліотечній справі: Донецьк: Альфа-прес. 292 с.
18. Панчук А. М., Ралдугін Є. О., Клименко І. В. (2004). Моделювання, інформаційні системи і технології в державному управлінні: навч. пос. К.: Центр навчальної літератури. 263 с.
19. Петренко Л. М. (2013.). Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес. 456 с.
20. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. (2008). Інформаційна політика: навч. посіб. К.: Знання. 663 с.
21. Сурмін Ю. П. (2002). Аналітична діяльність: посібник для аналітики неприбуткової організації. К.: Центр інновацій та розвитку. 96 с.
22. Хромченко Л. Г. (2008). Організація інформаційної діяльності (теоретичні основи): навч. посіб. для студентів спеціальностей «Міжнародна інформація», «Міжнародні економічні відносини». Харків: МСУ. 352 с.
23. Яценко О. М. (2010). Укладання інформаційно-аналітичних документів: методичні рекомендації. Київ. 78 с.
24. Яценко О. М. (2011). Укладання оглядових документів: практ. посіб. Київ: Нілан. ЛТД. 84 с.
25. Утвенко В. В. (2018). Система соціального забезпечення та соціальної підтримки: навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал». 248 с.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Актуальні проблеми державної інформаційної політики в Україні. Аналітична записка. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/3.htm>
2. Андрієнко В. М., Пономаренко Н. Ш., Харіна К. В., Фінагіна О. В. (2008). Інформаційна діяльність в малому та середньому бізнесі: навч. посіб. Донецьк: Тов «Юго-Восток, ЛТД». 202 с.
3. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти. Харків: Вид-во Ун-ту внутр. справ,. 368 с.

4. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства (Женева 2003 — Туніс 2005) (2006). Підсумкові документи. Видання Міністерства транспорту та зв'язку України - ержавний департамент з питань зв'язку та інформатизації. Київ.
5. Гнатюк С. (2000). Формування позитивного міжнародного іміджу української держави в інформаційному просторі. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>
6. Державна інформаційна політика і національні інформаційні ресурси. URL: <http://www.refine.org.ua/pageid-982-1.html>
7. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
8. Зубок М. І. (2015). Інформаційна безпека в підприємницькій діяльності. К.: ГНОЗІС. 216 с.
9. Літнарів Р. М. (2011). Сучасні технології інформаційної безпеки: навч. посіб. Частина 1. Рівне: МЕРУ. 97 с.
10. Позднишев Є. В. (2007). Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва (методи та їх застосування): навч. посібник. Кн. 1. К.: 86 с. URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/106>
11. Чупрій Л. В. Створення позитивного іміджу України у світі. URL: <http://opros-dim.com/index.php?/stvorennya-pozitivnogo-imidzhu-ukrayini-usviti>.html

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. Верховна Рада України. URL: <http://rada.gov.ua/>
2. Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua>
3. Рада національної безпеки України. URL: <http://www.rnbo.gov.ua/>
4. Відділ звернень громадян України. URL: <http://vzvernen.rada.gov.ua/>
5. Президент України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
6. <http://web.kpi.kharkov.ua/>
7. <http://zakon.rada.gov.ua>
8. <http://me.gov.ua>
9. <http://mlsp.kmu.gov.ua>
10. <http://www.eurofound.europa.eu/publications/htmlfiles/ef1221.htm>
11. http://sd.net.ua/2010/02/19/neuhauz_socialna_derzhava.html

12. <http://www.onlinevolunteering.org/>
13. <http://un.org>
14. <http://uncf.com.ua>

Методичні вказівки

Укладачі:

Романовський Олександр

Грень Лариса

Грибко Ольга

Чеботарьов Микола

**ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
КЕРІВНИКА СОЦІАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Методичні вказівки з дисципліни

«Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу»

План 2023, п. 5

Підписано до друку _____.

Формат 60x84 /¹⁶. Обсяг 4,5 д.а.

Тираж 20 екз.

Видавництво _____.

Номер державної реєстрації _____

email _____