

Список використаних джерел

1. Антоненко І. Ю. Сутність кадрового резерву та особливості його формування на підприємстві. *Управління розвитком*. 2013. № 14. С. 122-124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_14_50 (дата звернення 20.04.2020).
2. Денисова А. Формування кадрового резерву на підприємстві. 2018. URL: <https://www.kadrovik01.com.ua/article/4226-formuvannya-kadrovogo-rezervu-na-pdprimstv> (дата звернення 29.04.2020).
3. Храмов В. О., Бовтрук А. П. Основи управління персоналом: навч.-метод. посіб. Київ: МАУП, 2001. 112 с.

Маціє Р.

*студентка V курсу
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: д.і.н., професор,
завідувач кафедри інформаційної
та соціокультурної діяльності ТНЕУ
Гомотюк О.Є*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ

Розвиток інформаційного суспільства в Україні передбачає впровадження електронного урядування, що має на меті створити якісно нові форми комунікації органів влади із громадянами, із суб'єктами господарювання. Запровадження в Україні електронного урядування передбачає розробку та впровадження технічних регламентів, стандартів, єдиних форматів та протоколів, узгоджених з відповідними міжнародними документами, що стосуються стандартизації та уніфікації діяльності органів влади, надання ними адміністративних послуг, формування електронних інформаційних ресурсів, електронного документообігу, електронного цифрового підпису тощо. Саме запровадження системи електронного документообігу є надзвичайно важливою та інноваційною потребою фахівців у сфері документознавства. Тому метою статті є визначити сутність інновації та охарактеризувати інноваційну діяльність документознавця в органах державної влади.

Відзначимо, що термін «інновація» зустрічається у всіх сферах людської діяльності. Значна увага науковців України і світу приділяється інноваціям. Теоретичні аспекти інновацій знайшли відображення у працях багатьох учених, зокрема, Ю.Бажала, Г.Бірмана, Т.Васильєвої, С.Ілляшенка, Л.Кавуненко, Л.Канторовича, Б.Твісса, Р.Фостера, Т.Хачатурова, Я.Хонко, В.Шапіро, Л.Шаршукової, Й.Шумпетера, А.Шустера, Ю.Яковця та ін. У багатьох дослідженнях термін «інновація» досить часто ототожнюється із категорією «нововведення», або розглядається як синонім терміну «новація». Й.Шумпетер вважається основоположником теорії дослідження інновацій, який першим провів межу між термінами «нововведення» та «інновації» [1]. Саме втілення нових ідей відрізняє «інновації» від «новацій» [2], адже якщо фахівцем відкривається щось принципово нове, то його можна назвати новатором, якщо трансформується наукова ідея – інноватором. Тож, варто розрізняти поняття «інновація» та «новація», адже під «новацією» розуміються засоби (нові методи, методики, технології, програми тощо), а «інновацією» – процеси, що розгортаються за певними етапами. Науковці наголошують, що інновація є введенням нового в мету, зміст, методи, форми та організацію діяльності [3]. Г. Шамота визначає «інновацію» як «керований процес організації системних та спрямованих на отримання вимірюваного результату змін щодо розробки нових чи вдосконалення існуючих товарів/послуг/технологій, використання нової сировини чи засобів виробництва, застосування нових механізмів ринкової адаптації, запровадження нових

організаційно-управлінських технологій, які направлені на збільшення здатності підприємства до стійкого зростання в умовах нестабільності внутрішнього та зовнішнього середовища» [4]. Закон України «Про інноваційну діяльність» трактує інновації як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [5].

Розуміючи усю відповідальність, яка стосується інноваційної діяльності, підкреслимо, що документознавець готується до цієї поведінки ще в умовах здобуття фахової освіти. Це не лише лекційні та практичні чи лабораторні заняття, але в освоєнні інноваційного простору важливу роль відіграють тренінги (після вивчення конкретних дисциплін). Упродовж усього процесу навчання формується інноваційна поведінка особистості, розвивається ступінь готовності діяти в умовах невизначеності, покладатися на свої сили і відповідати за результати. Студентів мотивують обирати такий вид діяльності, що вимагає інновативності. Інноватори – це люди, які готові до змін, допитливі, добре розбираються у професійній сфері, готові до ризику, націлені на результат і знаходяться в постійному пошуку і бажанні розвиватися.

На мій погляд, навички інноваційної діяльності добре розвивають тренінги. Зазвичай під тренінгом мається на увазі зайняття, що поєднує лекцію-інструкцію і подальше практичне тренування. Тренування є найважливішою частиною тренінгу і вона обов'язково повинна доповнювати, розкривати і закріплювати заздалегідь розказану теорію, має бути осмисленим продовженням лекційної частини. Одним із фундаторів тренінгової форми навчання вважається Дейл Карнегі, який в 1912 р. заснував одну з перших у світі тренінгових компаній. В Україні тренінги започатковано в 90-х роках разом із західними корпораціями, які звикли навчати своїх співробітників в такій формі. Тренінги широко застосовуються для підвищення особистої ефективності і розкриття потенціалу у будь-якій сфері. Для документознавців важливим є ознайомлення із системами електронного документообігу, оскільки запровадження СЕД є актуальним напрямом державної політики [5]. Системи автоматизації документообігу, що пропонуються на цей час на ринку України, в основному, є продуктами вітчизняних та російських виробників або інтеграторів зарубіжного програмного забезпечення, зокрема, на платформі Lotus Notes/Domino від компанії IBM. З українських розробок можна відзначити: Систему електронного документообігу Адміністрації Президента України (СЕД АПУ), АСКОД, «Megapolis.Документообіг», «ДОК ПРОФ 2.0», «Атлас ДОК» і «FossDoc». Серед відомих систем електронного документообігу (СЕД) російських постачальників можна назвати: «Дело», «БОС-Референт», «CompanyMedia», «DIRECTUM», «DOCUMENTUM», «DocsVision», ЕВФРАТ-Документооборот», «Optima-Workflow», «LanDocs», «МОТИВ», «Lotsia PDM Plus».

Ознайомлення із системою електронного документообігу АСКОД відбувалося у ході занять та під час тренінгу у навчальному класі із інтегрованою для цих цілей СЕД. На основі системи АСКОД автоматизується робота центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП). Також СЕД АСКОД експлуатується у Київській міській державній адміністрації, Національному банку України, Міністерстві оборони України, Генеральному штабі Збройних Сил України, в органах місцевої влади та місцевого самоврядування, а також багатьох інших установах та підприємствах. Нами визначено, що основним призначенням СЕД АСКОД і супутніх їй продуктів є автоматизація (на всіх етапах життєвого циклу документу) процесів організаційно-розпорядчого документообігу та підтримка процедур діловодства таких категорій кореспонденції, як: вхідна, вихідна, внутрішня, нормативно-правова, звернення фізичних і юридичних осіб, запити на інформацію. Окрім цього, типовим для системи АСКОД є такий набір операцій опрацювання інформаційних об'єктів (документів, резолюцій і завдань, запитів і відгуків на узгодження/візування, повідомлень).

Отже, інноваційна діяльність фахівця з документознавства полягає у ініціюванні запровадження СЕД та роботи у цій системі автоматизованого діловодства. Упровадження системи електронного документообігу слугуватиме формуванню єдиного інформаційного

простору органів державної влади. Це сприятиме підвищенню ефективності діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, оскільки за умови запровадження електронного документообігу зникає необхідність вручну розмножувати паперові документи, відслідковувати їх переміщення всередині організації, економити ресурси на папері тощо.

Список використаних джерел

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития [Текст]/ Й.Шумпетер. –М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
2. Каташов А.І. Педагогічні основи розвитку інноваційного освітнього середовища сучасного ліцею: дис канд. пед. наук: 13.00.01.– Л., 2001. – 265 с.
3. Психолого-педагогічний супровід реалізації інноваційних освітніх програм / під ред. Ю.Л. Зінченко, І.А. Володарської. – М., 2007. – 120 с.
4. Шамота Г.М. Дифузія інновацій в Україні на сучасному етапі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/56821/7/Shamota_innovation.pdf
5. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon.rada.gov.ua>
6. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22 трав. 2003 р. № 851-IV; редакція від 30 верес. 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.

Міллер М.

*студентка V курсу
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: к. філол. н., доцент
кафедри інформаційної та соціокультурної
діяльності ТНЕУ
Коноплицька О.І.*

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В УКРАЇНІ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Реклама сьогодні – один із чинників розвитку суспільства, адже діяльність в галузі соціальної реклами, а також стан ринку такого виду реклами є відображенням того стану, в якому знаходиться економіка держави. Дослідники соціальної реклами розглядають її як форму або як сферу маркетингових та соціальних масових комунікацій [1, с.2].

Крім цього, варто висвітлити соціальну рекламу як певний соціокультурний феномен. Відповідно, потрібно обґрунтувати це твердження. На нашу думку, причиною виникнення феномену соціальної реклами стали зміни середовища проживання людини, спричинені її діяльністю. Цей факт усвідомлювався суспільством досить давно, але в середині ХХ століття призвів до постійно зростаючого почуття тривоги і стурбованості людей.

Саме до цього часу стали помітними соціальні наслідки цих змін: зростання населення, скупчене проживання людей у мегаполісах, збільшення дитячої смертності в країнах з низьким життєвим рівнем життя, а також психологічні стреси людей, збільшення числа інвалідів, безпритульних дітей як результат воєнних дій, роль «людського чинника» в техногенних катастрофах та якісно більш часте звертання людей до небезпечних способів досягнення психофізіологічного комфорту (алкоголь, наркотики та ін.) [2, с.59].

Варто зауважити, що крім вищезгаданих негативних явищ, в українському мультимедійному просторі, зокрема у соціальній рекламі, транслюються також ті національні цінності та стереотипи, що властиві менталітету українців. У цьому випадку реклама виступає як джерело формування ціннісних орієнтацій людей.