

3. Пасічник О. Г. Пасічник О. В., Стеценко І. В. Основи веб-дизайну: посібник. Київ: BHV, 2009. 333 с.

4. Поліпшення сайту. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/8-sposobov-uluchshit-sajt/>



*Погоріла Юлія Володимирівна  
(наук. керівник – канд. екон. наук, старший викладач Прігунов О. В.)  
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

## **ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ФАЙЛООБМІННИХ СЕРВІСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

**Вступ.** В умовах глобалізаційних та інформатизованих процесів все більшої популярності набувають сучасні інформаційні сервіси, що полегшують обмін інформацією: електронними даними та документами, інформацію з яких отримують за допомогою технічних пристроїв.

Події ХХІ століття активно впливають на швидкість впровадження інформаційних сервісів, які називають «файлообмінні сервіси». Файлообмінні сервіси – це служби, що надають користувачам інформаційні послуги, до яких варто віднести: зберігання, цілодобовий доступ до файлів, можливість їх швидкої передачі іншим користувачам та спільного використання (редагування) [1]. Переважна більшість представлених на інформаційному ринку файлообмінних сервісів працює за принципом комбінування послуг. Тобто власник файлів визначає для конкретного або загального кола користувачів перелік дій, які вони можуть виконувати із документами, надаючи права доступу до перегляду, змінювання, копіювання, друкування файлів тощо. Для підприємців, основну частину роботи яких становить робота із документами, досить важливо вдало організувати електронний документообіг – процес створення, отримання, передавання, зберігання, використання та знищення документації [2].

Тенденція використання файлообмінних сервісів отримала популярність у багатьох сферах людської діяльності: освітній, військовій, туристичній, інформаційній та окремо підприємницькій, особливо у зв'язку з новими факторами – пандемією COVID-19 та війною.

**Актуальність теми.** Кожне підприємство незалежно від спеціалізації обирає той файлообмінний сервіс, який містить потрібні функції, вирішує поставлені перед підприємством завдання, спрощує документообіг всередині та зовні не лише окремого підприємства, а й підприємств-партнерів загалом у процесі обміну документами під час здійснення підприємницької діяльності. Особливо актуальним питання є для тих суб'єктів підприємницької діяльності, які до військового втручання не досліджували переваги файлообмінних сервісів і, як наслідок, втратили велику кількість інформації. Вони потребують оновлення ділових процедур для забезпечення цінної інформації у майбутньому.

Для цього потрібно здійснити порівняльний аналіз наявних у сучасному інформаційному просторі пропозицій з метою виявлення суттєвих для конкретного підприємства переваг і недоліків. Під час дослідження було виділено суттєві критерії переваг файлообмінних сервісів:

1) зручність та швидкість надання доступу до файлу. Власник файлу, завантаживши його у систему лише один раз, має змогу поширювати відомість про файл за допомогою посилення: надавати до нього доступ за цим посиленням, ділитися посиленням у соціальних мережах тощо;

2) висока швидкість та простота скачування файлів;

3) безкоштовність використання. Наприклад, файлообмінник «DropMeFiles» не передбачає надання платних послуг зберігання, користувач безоплатно без додаткових підписок може розміщувати файли;

4) можливість спільного підписання електронних документів за допомогою КЕП. Наприклад, «Paperless» надає таку можливість за допомогою авторизації через банк;

5) спільний обмін інформацією в режимі «реального часу». Сучасні файлообмінні сервіси оснащені також чатами. Наприклад, файлообмінник «Мега» дає змогу користувачам сервісу надсилати один одному повідомлення;

6) файлообмінники також можна використовувати незалежно від кількості мегабайт. Наприклад, якщо працівникам терміново потрібно здійснити обмін, завантажити або розмістити власний файл, проте швидкість мобільного інтернету невисока – це не завадить обмінюватися документами;

7) файлообмінники дають змогу поширювати не лише документи у форматі «pdf» або «doc», йдеться також про відео- та аудіоматеріали.

8) можливість завантаження додатків на смартфон;

9) окрім посилання, окремі файлообмінники також дають змогу поширювати: посилання, QR-код, соціальні мережі або електронну пошту;

10) організація зворотного зв'язку. Тобто власник файлу отримуватиме сповіщення на електронну пошту про те, що було здійснено редагування файлу;

11) безпека файлів. Наприклад, файлообмінник «DropMeFiles» дає змогу встановлювати паролі на файли або групу файлів.

Поряд із визначеними перевагами також варто розглянути можливі недоліки. Це необхідно для розуміння ризиків та обрання доцільного сервісу, який буде вирішувати конкретно поставлені задачі підприємців. Наприклад, аудиторські фірми нечасто оновлюють документи та видаляють застарілі, адже специфіка їх діяльності потребує тривалого збереження інформації, яка досить часто є конфіденційною: фінансова звітність, персональні дані працівників підприємства тощо. Тобто аудиторські підприємства потребують: тривалого зберігання електронних документів, а захищеність даних є критичною умовою. Зі свого боку, туристичні підприємства з великим документообігом можуть потребувати файлообмінних сховищ із автоматичним видаленням документів, що втратили свою актуальність у часі.

Під час дослідження були визначені такі суттєві критерії недоліків файлообмінних сервісів:

1) відсутність режиму «дозавантаження даних». При нестабільному інтернет-з'єднанні або його перериванні файли потребуватимуть повторного завантаження;

2) обмеження розміру файлів. Є можливість розміщення файлів за допомогою архівування, проте при пошкодженні архіву файл не можна буде відкрити. Зазвичай обмеження на розмір файлу прописані у правилах користування сервісом, тому цей момент потрібно врахувати заздалегідь;

3) немає можливості скачування кількох файлів одночасно, потрібно очікувати повного завантаження попереднього файлу;

4) через перезавантаження сервера на файлообмінний сервіс може бути важко завантажити файл;

5) відсутність пошуку файлів;

6) відсутність «кошику», тобто повне видалення даних без можливості відновлення тощо.

**Висновок.** Отже, на інформаційному ринку представлена велика кількість файлообмінних сервісів, кожен із яких має переваги і недоліки. Проведене дослідження показало, що в умовах конкуренції наявні файлообмінні сервіси відповідають більшості критеріям переваг і містять невелику кількість недоліків. Використання файлообмінників приватними та державними підприємствами в умовах воєнного стану є особливо актуальним, адже такі інформаційні сервіси забезпечують надійну збереженість даних, контрольований доступ до конференційної інформації, сучасні підходи ідентифікації користувачів (зокрема, авторизація за допомогою персонального кабінету у банку), безоплатність надання послуг та комбінований доступ при нестабільному інтернет-з'єднанні. Особливо важливим критерієм вибору в умовах воєнного стану стає країна походження файлообмінного ресурсу, який може стати складовою інформаційної безпеки підприємства. Тому українським підприємствам для забезпечення інформаційних потреб варто звернути увагу на сервіси «DropMeFiles», «Мега» та «Paperless».

### Список використаних джерел

1. Тарасов Р. О. Дослідження процесів файлообміну у пірінгових мережах: пояснювальна записка до атестаційної роботи здобувача вищої освіти на другому (магістерському) рівні, спеціальність 172 Телекомунікації та радіотехніка. Харків: Харків. нац. ун-т радіоелектроніки, 2019. 73 с.
2. Економічний простір: збірник наукових праць. Дніпро: ПДАБА, 2020. № 159. 178 с.



*Мізецький Андрій Валерійович*

*(наук. керівник – канд. екон. наук, доцент Щербіна О. С.)*

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТОРГОВО-МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні у суспільстві інформаційні технології використовуються в управлінні організаціями багатьох типів, застосовуються в усіх сферах виробництва. Найбільш виразно і чітко переваги інформаційних технологій помітно у практиці управління комерційних організацій. У сучасному суспільстві неможливо вирішувати задачі з великою кількістю кореляційних параметрів, використовуючи класичні способи без застосування інформаційних технологій, спеціалізованих програмних продуктів аналізу, телекомунікаційних систем, моделювання, прогнозування.

Мета інформаційних технологій – це створення з інформаційного ресурсу якісного інформаційного продукту, який буде задовольняти вимоги користувачів. Як засоби інформаційних технологій застосовуються математичні методи та моделі вирішення задач, алгоритми обробки даних, інструментальні засоби моделювання бізнес-процесів, даних, проектування інформаційних систем, розробки програм, програмні продукти, різні інформаційні ресурси, технічні засоби обробки даних [1].

Беручи до уваги використання сучасних технологій, інформаційні системи маркетингу не можуть існувати окремо від загальної інформаційної системи організації. Вона є її частиною, що значною мірою застосовує те саме обладнання і те саме програмне забезпечення, тобто ті самі технологічні засоби обробки інформації. Однак задля ефективного їх використання потрібно враховувати характерні особливості маркетингової інформації та методів і процедур її збирання, оброблення, аналізу і надання, що висуває додаткові вимоги до професійної підготовки спеціалістів [2].

Вдосконалення організації управління маркетингом та високі вимоги до якості цього процесу є важливою передумовою для впровадження нових інформаційних технологій та організації маркетингових інформаційних систем.

Сьогодні поняття інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства є дещо видозміненим. Це деяка сукупність інформації за всіма аспектами цієї діяльності, сучасних інформаційних технологій, методів і моделей аналізу та подання інформації. Інформаційні системи маркетингу – це сукупність інформаційних, технічних, програмних і технологічних засобів, засобів телекомунікацій, баз даних банків, методів і процедур, інженерно-технічного персоналу, що реалізують функцію збору, передачі, обробки, аналізу, прогнозування і накопичення інформації для підготовки і прийняття ефективних управлінських рішень у маркетингу.

Головною метою інформаційної системи маркетингу є підвищення якості маркетингу, зокрема й інтернет-маркетингу, забезпечення фахівців необхідною інформацією для прийняття маркетингових рішень, доведення до кожного користувача (керівника, фахівця) інформації, що за змістом, часом представлення і методами відображення дає можливість ефективно виконувати делеговані функції [3].