

Таке важливе значення фотодокументи набули насамперед тому, що володіють величезною інформаційною ємністю, можуть одночасно і в деталях фіксувати безліч об'єктів. У бібліотеках, архівах і музеях виникає маса проблем через можливі пошкодження або втрату найцінніших фотодокументів. З метою забезпечення збереження фотодокументів та своєчасного виявлення дефектів, які на них з'являються, документи повинні підлягати періодичному контролю у процесі зберігання.

Значення фотодокументів визначається завданнями їх створення і безпосередньо самими об'єктами фіксації зображень. Наукові явища, історичні події та особи в контексті цих подій, матеріальні предмети й об'єкти стародавнього і сучасного походження мають побутове, художнє і дослідницьке значення.

Використання мікрографічної техніки розширило сферу використання фотодокументів. Внаслідок з'явилися документи на мікроформах. Це фотодокументи на плівковому чи іншому носії, які для виготовлення і використання вимагають відповідного збільшення за допомогою мікрографічної техніки.

Отже, документні комунікаційні канали постійно модернізуються (збагачуються новими технічними засобами, матеріальними носіями, знаковими системами, новими способами запису і відтворення інформації). Розвиток електронної комунікації сприяє модернізації документної.

Список використаних джерел

1. Редька К. Ю. Документна комунікація в системі інформаційного управління. *Молодий вчений*» 2017. № 4(44), квітень.
2. Бездрабко В. В. Управлінське документознавство: навч. посіб. / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Ф-т держ. управління. 2-ге вид., зі змін. та доп. К. : [б. в.], 2008. 208 с.
3. Кушнарєнко Н. Н. Документоведение: учебник. К. : Знання, 2010. 459 с.
4. Швецова-Водка Г. М. Документознавство: навч. посіб. К. : Знання, 2011. 398 с.



Герасимчук Галина Олександрівна

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

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНСАЛТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні, в умовах нестабільності зовнішнього середовища, в Україні відбувається жвава дискусія щодо теоретичних та методологічних положень, які застосовуються під час дослідження управління економічних та соціальних систем підприємств у стратегічній перспективі. Соціальні, нормативно-законодавчі, фінансово-економічні проблеми функціонування вітчизняних підприємств потребують адекватного, своєчасного та ефективного вирішення. Враховуючи потенційні спроможності та напрями професійної сфери консалтингових компаній, розгляд теоретичних засад щодо особливості створення дієвого взаємозв'язку між підприємствами України та консалтинговими компаніями є актуальним і своєчасним.

Основними причинами залучення консультантів в організацію є такі [1, с. 9–10]:

- поточна завантаженість менеджерів фірм, що перешкоджає їм самостійно вирішувати глобальні проблеми розвитку та оцінювати кризові проблеми компанії на сучасному рівні знань;
- прагнення одержати оцінку того, що робиться в організації, незалежними об'єктивними експертами;
- необхідність постійного підвищення ефективності виробництва та бізнесу в умовах жорсткої конкуренції та ускладнення управлінських проблем;

- відсутність чіткої та ефективної системи інформаційного забезпечення в галузі правового та економічного регулювання;
- інтеграція у світове економічне товариство, інтернаціоналізація вимог та стандартів;
- необхідність ініціювання змін в організації;
- подолання стереотипів у вирішенні наявних проблем;
- навчання персоналу новим управлінським технологіям; подолання кризи, якщо вона настає в організації, ідентифікація проблем та надання виконавчої допомоги для їх вирішення.

Консалтингова діяльність визначається як робота фахівців-консультантів і полягає в аналізі бізнес-процесів клієнта, обґрунтуванні перспектив розвитку бізнесу з використанням організаційних, економічних і науково-технічних інновацій з урахуванням особливостей тієї чи іншої галузі та бізнесу клієнта. Консалтинг реалізується в різних формах: аналітична діяльність, прогнозування, власне консультації, ревізія діяльності клієнта, участь у діяльності клієнта (приміром, стратегічне планування, розробка та впровадження інформаційних систем тощо) [1, с. 10].

Визначення консалтингу походить від англійського слова «consulting», що означає «консультування, надання поради» і у вітчизняній літературі застосовується як «консалтинг» або «консультування», розгляд яких має дискусійний характер. Низка науковців зазначають, що ці поняття різні за змістом: зокрема, консультування – це навчання і допомога порадами, а консалтинг – допомога у вирішенні проблем замовника, хоча принципової відмінності між цими термінами не вбачається [2, с. 6].

У сучасній науковій думці існують такі підходи щодо визначення сутності консультування:

- західні науковці пропонують позицію, коли консультант не відповідає за виконання змісту, процесу, структури завдання, а лише допомагає виконавцям;
- автори інших наукових праць підкреслюють, що ефективним буде управлінське консультування, коли професійна служба допомагатиме замовнику, відповідно до контракту, виявляти й аналізувати управлінські проблеми, надаватиме рекомендації щодо їх вирішення, сприятиме, у разі виникнення необхідності, виконання рішень;
- вітчизняні і західні науковці розглядають консультування як професійну службу і як метод, що забезпечує практичні поради і допомогу;
- інші науковці виділяють управлінське консультування як один із видів консультування, яке спрямоване на надання допомоги з питань економіки й управління.

У царині управлінських наук під «консалтингом» розуміють «діяльність із консультування керівників, управлінців з широкого кола питань у сфері фінансової, комерційної, юридичної, технологічної, технічної, експертної діяльності». У такому разі метою консалтингу виступає допомога системі управління у досягненні поставлених цілей.

Економісти визначають «консалтинг» як тип послуг «B2B» (business to business), коли керівники і власники підприємств замовляють цю ділову послугу не для задоволення власних потреб, а для підвищення ефективності бізнесу [3]. Або консалтинг (від англ. consulting) – це вид професійних послуг, що надаються клієнтам, які зацікавлені в оптимізації бізнесу. Він вирішує досить широке коло питань: ведення бізнесу, інвестиційна діяльність, управління бізнесом, фінанси та економіка підприємств, дослідження ринків збуту, руху цін тощо.

За результатами дослідження було з'ясовано, що на початку 80-х рр. XX століття більш затребуваним був консалтинг з позиції управління, який характеризувався як висококваліфікована, експертна або професійна допомога. У період 90-х рр. XX століття консалтинг змінив свій вузький зміст та став розглядатися як професійна діяльність щодо забезпечення підприємства-замовника спеціалізованим досвідом та методологією щодо вирішення його проблем у межах законодавчої бази. Вчені XXI століття характеризують поняття «консалтинг» як процес створення та передачі інтелектуальних продуктів або знань, професійних навичок, необхідних для розвитку бізнесу з метою підвищення його ефективності.

Сучасні дослідники В. Черепанова та Д. Лейкін [4] зазначають, що консалтинг є

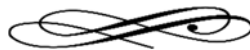
початковим етапом на шляху підвищення ефективності діяльності компанії, що дає змогу визначити стратегію розвитку компанії, вибрати пріоритетні напрями та розробити оптимальний план впровадження новітніх технологій. Т. Дудар [5] доводить, що консалтинг – це комплекс знань, пов’язаних із науковим пошуком, здійсненням досліджень, проведенням експериментів з метою розширення наявних та здобуття нових знань, перевірки наукових гіпотез, встановлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проєктів для успішного розвитку організації. Це дуже складне багатофакторне соціальне явище, значення якого із розвитком суспільства ринкових відносин постійно зростає.

Отже, історичний підхід дозволив простежити процес змістовної трансформації дефініції «консалтинг» під впливом змін соціально-економічного розвитку, що стало запорукою реалізації процесів перетворення основного поняття «консалтинг» із допомоги (професійної або експертної) до процесу (професійної діяльності), у процесі якого здійснюється створення інтелектуальних продуктів професійними консультантами.

Отже, поняття «консалтинг» має враховувати особливості консалтингової діяльності протягом реалізації взаємодії консалтингової компанії з підприємством-замовником щодо вирішення його проблем та налагодження процесів його функціонування за допомогою концептуальних та науково-методологічних розробок, моделей управління, стратегій розвитку.

Список використаних джерел

1. Консалтингове забезпечення управлінських економіко-екологічних рішень на регіональному рівні: монографія /за заг. ред. д-ра екон. наук, професора А. І. Ковальова. Одеса : ФОП Гуляєва В. М., 2017. 190 с.
2. Коростельов В. А. Управлінське консультування: навч. посібник. К. : МАУП, 2003. 104 с.
3. Коростельов В. А. Роль консалтингу в управлінні бізнесом. К.: МАУП, 2004. 252 с.
4. Черепанова В. О., Лейкін Д. С. Планування розвитку управлінського консультування в Україні. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Збірник Наукових праць. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХПІ». 2015. № 59(1168). С. 76–79.
5. Дудар Т. Г. Напрями розвитку консалтингу в системі підприємницької діяльності. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. Серія: Економіка та менеджмент. 2016. № 9. С. 79–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2016_9_12



Гуленко Наталія Василівна

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

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Для сучасного економічного стану України характерним є підвищення ролі підприємств автомобільного транспорту, які забезпечують життєдіяльність населення, функціонування і розвиток економіки держави, збереження її обороноздатності, можливість досягнення зовнішньоекономічних цілей країни.

Впровадження інформаційних систем і технологій дає можливість досягати поставлених цілей, автоматизуючи виробничі процеси; забезпечувати виконання стандартів; удосконалювати випуск продукції на основі аналізу попиту споживачів; знаходити найбільш