

Задля підвищення рівня кадрової безпеки підприємств доцільними є: забезпечення стабільності кадрового складу підприємств, запобігання надмірній плинності персоналу, створення кадрового резерву, підвищення професійного рівня працівників, формування лояльності персоналу до підприємства, запровадження системи матеріального й нематеріального стимулювання, підвищення продуктивності праці та забезпечення гідної її оплати, створення безпечних умов праці тощо.

Інформаційна складова економічної безпеки підприємства стосується всіх аспектів, що формують інформаційне забезпечення процесу прийняття рішень, якості та кількості наявної інформації [2].

З метою підвищення рівня інформаційної безпеки підприємств необхідними є: забезпечення розмежування доступу до інформації різних категорій працюючих, недопущення витоку конфіденційної інформації за межі підприємства, використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій в процесі збору, обробки та зберігання інформації, мінімізація інформаційних перевантажень, перевірка надійності джерел інформації, що використовуються, тощо.

В цілому, основною метою запровадження заходів управління фінансово-економічною безпекою, включаючи всі її складові у комплексі, є своєчасне розпізнавання та ідентифікація негативних факторів впливу, їх оцінювання, прогнозування ймовірних наслідків впливу, запобігання негативному впливу або мінімізація його деструктивних наслідків.

Список літератури

1. Біломістна І. І. Особливості формування теоретичних підходів до визначення фінансової безпеки підприємства як економічної категорії [Електронний ресурс] / І. І. Біломістна, О. В. Олійник. // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(1). – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(1\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(1)_6).
2. Руда Т. В. Сутність та значення кадрової компоненти у процесі забезпечення економічної безпеки / Т. В. Руда, Є. М. Рудніченко, А. М. Рудий // Митна безпека. – 2013. – № 1. – С. 20–23.
3. Стаматін О. В. Особливості формування техніко–технологічної безпеки підприємства / О. В. Стаматін // Системи обробки інформації. – 2010. – Вип. 3. – С. 159–160.
4. Шемаєва Л. Г. Визначення властивостей ресурсного забезпечення економічної безпеки підприємства / Л. Г. Шемаєва, О. М. Ляшенко // Фінанси України. – 2012. – № 10. – С. 76–83.

УДК 37.018

ВИКОРИСТАННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Н. С. Повсткіна, ст. гр. УП-12⁹

Кіровоградський національний технічний університет

Інтернет. Сьогодні це звичне явище в житті людини, значення якого важко переоцінити. Про те, яку роль відіграє інформація в нашому стрімко несеться кудись світі, сказано і написано чимало. З появою нових форм комунікації змінюється хід культурного розвитку суспільства. Новітні інформаційні технології, які дозволяють зберігати та швидко передавати масиви інформації, залучати до роботи аудіо- й відеоканали спілкування, взаємодіяти з великою кількістю учасників з усього світу, стали реальністю. А разом із ними реальністю стала сфера комунікації – віртуальна.

⁹ Науковий керівник – О. В. Ткачук, к.е.н., доцент Кіровоградського національного технічного університету

Комунікаційні проблеми безпосередньо пов'язані з комунікаційними потребами. Найчастіше комунікаційні потреби ототожнюють з інформаційними потребами, тобто потребами в різного роду інформації.[1]

До комунікаційних потреб організації можуть бути віднесені як потреби в інформації (нових відомостях, що зменшують невизначеність знань щодо якого об'єкта), так і власні комунікаційні потреби, тобто потреби в спілкуванні або згуртуванні навколо організації її громадськості (в тому числі внутрішньої), а також потреба в ефективній зворотного зв'язку. Наочним прикладом неефективних контактів з «бажаними» аудиторіями можуть служити взаємини організації зі ЗМІ. По-іншому сказати – комунікацією треба управляти. Так виникає потреба в комунікаційному менеджменті.

Сьогодні все частіше слово «пошта» вживається з визначенням «електронна» і, відповідно, все рідше люди вдаються до відправки рукописного тексту в паперових конвертах, особливо в порівнянні з більш оперативними і надають більший вибір засобів оформлення і розширення контенту листи електронними засобами зв'язку. Всесвітня мережа (недаремно інакше іменована павутиною) все сміливіше і, як б сказала, незворотнім, обплутує собою планету, залишаючи нам разом з тим все менше шансів говорити про багатотисячові перешкодах – відстані і часу – як перепони надалі. Це можна розглядати як комп'ютерне втілення глобалізації, де якщо сказав один, то знає вже весь світ (або майже весь: найчастіше за винятком того, про кого було сказано). Прогрес підштовхує до вдосконалення давно існуючих засобів.

Достовірність, актуальність, повнота і деякі інші характеристики інформації завжди були і будуть тими критеріями, які будуть визначати не тільки її якість, а й резонансність використовувати той чи інший засіб інформаційного обміну. В даному випадку набагато важлива мета, а не засіб, за умови що останнє не створює будь-яку загрозу безпеці людини. Тоді і можна буде поговорити про технічні параметри цих дивовижних пристроїв, які роблять наше життя кращим.[2]

Процеси розвитку глобальних інформаційно-комунікаційних технологій в даний час дуже динамічні, а їхні можливості для суспільства і економіки поки лише починають масштабно використовуватися.

У сучасному менеджменті крім традиційних каналів комунікації – телебачення, газета, журнал, особиста зустріч, телефон, вуличний щит, публічний виступ, виставки, експозиції, чутки і т. д. – використовуються і порівняно нові – факсимільний зв'язок, мобільний зв'язок, телеконференції, конференц-зв'язок, електронна пошта, Інтернет. Також цікавим способом комунікації є запах. Аромат свіжої випічки, запах кави або апельсинового соку з успіхом замінюють власникам кафе рекламне повідомлення. Часом запах як засіб комунікації стає більш популярним, ніж торговельна марка або бренд.[3]

Аналізуючи мотиви, які змушують людей присвячувати відчутну частину свого часу перебування на просторах Мережі, можна зробити висновок, що для більшості з нас Інтернет – це:

– Спілкування. Хтось покірний соціальними мережами, годинами просиджуючи тут в пошуках однодумців, однокласників або просто цікавих людей. Комусь більше до душі спілкування на форумах, за допомогою ICQ, або через Skype, електронною поштою або через соціальні мережі та чати. Хтось шукає свою половинку в сервісах знайомств. І найголовніше – Інтернет дозволяє без проблем спілкуватися з людьми, в якому б місці земної кулі вони не знаходилися;

– Розвага. Слухати музику, дивитися фільми, грати в ігри, читати книги, проходити тести можна не виходячи з режиму он-лайн – адже цього добра в Інтернеті безліч!

– Самоосвіта. Інтернет, безумовно, кращий джерело інформації. Багато людей використовують його для поповнення своїх знань у тих чи інших сферах: читають корисні статті, записуються на дистанційні он-лайн курси і тренінги, переглядають відеоуроки;

– Творчість, саморозвиток, особистісний ріст. Інтернет надихає на творчість! Досить пройтися по рукодільним блогам або кулінарним сайтам, як тут же хочеться зробити щонебудь таке самому. Багато знайшли своє улюблене захоплення саме завдяки Мережі;

– Місце здійснення покупок, угод. Спеціальна Інтернет-валюта дозволяє здійснювати покупки он-лайн, не виходячи з дому. Гроші можна обмінювати, купувати акції, здійснювати інші грошові операції;

– Засіб заробітку. Всесвітня Мережа надає великі можливості в плані заробітку. Заробити в Інтернеті можна, відкривши власний Інтернет-магазин, завівши сайт або блог, створивши унікальний інформаційний продукт. Новачки можуть почати з фріланса: наповнювати сайти контентом, займатися програмуванням і веб-дизайном, продавати фотографії, придумувати слогани. [4]

Зрозуміти, що таке Інтернет у всьому його різноманітті, може тільки та людина, яка постарається максимально використовувати у власних потребах всі перераховані можливості Всесвітньої Павутини.

Список літератури

1. Корытникова Н. В. Формы и характеристики интернет-коммуникации: социологический анализ / Н. В. Корытникова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи» / відп. ред. В. С. Бакіров. – Х.: Видавничий центр ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – № 761. – С. 183–190.
2. Режим доступу: [<http://www.expert.ru/>]
3. Режим доступу: [http://studme.com.ua/128309136515/menedzhment/sredstva_kanaly_kommunikatsii_menedzhmente.htm]
4. Режим доступу : [<http://internet4runet.ru/2011/04/peredacha-fajlov-cherez-internet/>]

УДК: 342.7

ІНФОРМАЦІЯ ЯК ТОВАР: ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН

А. М. Фалько, ст. гр. УП-12¹⁰

Кіровоградський національний технічний університет

Суспільні відносини, що виникають з приводу інформації, відіграють винятково важливу роль у життєдіяльності сучасних держави і суспільства. Будь-яка соціальна взаємодія індивідів, соціальних груп, держав базується на процесах обміну інформацією. А можливість збирати, накопичувати, обробляти та передавати інформацію сформувала людину як соціальну істоту, здатну передавати досвід і знання іншим членам суспільства та майбутнім поколінням, що є одним з ключових факторів суспільного розвитку. Сучасні процеси глобалізації та інформатизації суспільства лише підсилюють суспільне значення цієї категорії суспільних відносин, виводячи їх на провідні місця.

Основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є сприяння кожній людині на засадах широкого використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повною мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни [3].

Конституція України, безумовно, є одним з найважливіших джерел інформаційного права, формуючи основи правового регулювання в цій галузі [4].

¹⁰ Науковий керівник – О. В. Ткачук, к.е.н., доцент Кіровоградського національного технічного університету