

АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ КОМПАНІЇ ТА СТВОРЕННЯ ЄДИНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Черкасова В. В., студент 4 курсу навчально-наукового інституту енергетичної, інформаційної та транспортної інфраструктури

Сенчук Т. С., старший викладач кафедри Комп'ютерних наук та інформаційних технологій

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У світі розвиток будь-якого виробництва значною мірою визначається використанням сучасних технологій. Усі інформаційні ресурси підприємств концентруються у межах інформаційних систем. Об'єднання даних з урахуванням взаємодії інформаційних систем виводить їх у рівень єдиного інформаційного простору підприємства. Концепція єдиного інформаційного простору реалізує ідею повної автоматизації управління даними компанії.

Управління даними - це процес, пов'язаний з накопиченням, організацією, запам'ятовуванням, оновленням, зберіганням та пошуком даних. Зрозуміло, що метою впровадження систем управління даними є побудова корпоративного інформаційного середовища, де співробітники могли б працювати з єдиними потоками даних. Враховуючи це, а також постійне збільшення різноманітної інформації, системи управління даними є більш ніж актуальними на підприємствах.

Основною метою роботи є розробка та впровадження системи управління даними. Ця система надає користувачам певний набір сервісів, тому у процесі реалізації поставленої мети було сформульовано основні завдання, необхідні досягнення поставленої мети:

- Вивчення предметної області;
- Аналіз доступних систем управління даними та визначення їх перспектив;
- Обґрунтування вибору системи;
- Проектування архітектури системи;
- Розробка безпечної моделі доступу;
- Впровадження системи;
- Навчання користувачів.

Для того щоб керувати різнорідними типами даних, необхідна побудова платформи управління, тому в першій частині диплома розглядається і класифікується сучасна база систем управління даними, на підставі якої, за більшістю вимог, що висуваються до них, вибирається найбільш ефективний продукт - в даному випадку це Microsoft SharePoint .

Друга частина присвячена розгляду передумов створення сайту системи управління даними, розроблення необхідних вимог, планування архітектури та

логічного змісту сайту, проектування системи безпеки та моделі доступу на рівні всього сайту та окремих частин.

В останній частині здійснено програмну реалізацію сайту системи управління даними та його впровадження. У ході програмної реалізації вирішено окремі завдання щодо забезпечення відповідності виробленим вимогам. Процес впровадження системи включає безпосереднє розгортання та адаптацію програмної реалізації сайту в діючій локальній мережі, яка замінить собою всі наявні в організації інформаційні системи, дослідження працездатності системи та навчання користувачів для роботи з нею.

Велику роль оптимізації діяльності самого підприємства та його службовців грають сучасні системи управління даними. Для цього завдання використовуються як власні розробки, і різні готові рішення, від офісних систем до систем управління підприємствами. У середині таких систем документи знаходяться у електронному вигляді.

Під терміном "автоматизація управління даними" розуміють впровадження додатків, що автоматизують канцелярію, впровадження електронного архіву документів, створення системи управління різноманітними картотеками документів та додатками, що автоматизують маршрутизацію документів, управління процесами їх обробки, а також багато іншого. При цьому під рухом документів розуміється не їхнє фізичне переміщення (бо вони найчастіше залишаються на сервері бази даних (БД)), а передачу прав на їх використання з повідомленням конкретних користувачів та контролем їх виконання.

Головне призначення - це організація зберігання електронних документів і роботи з ними (включаючи їх пошук як за атрибутами, так і за вмістом). У цих рамках може бути реалізований великий набір додатків, наприклад:

- Організація внутрішнього інформаційного порталу підприємства та його підрозділів;
- Реєстрація кореспонденції (вхідна та вихідна);
- Створення електронного архіву документів;
- Забезпечення можливості інтегрованого пошуку та отримання знань, що накопичуються в різних додатках;
- Забезпечення уніфікованих засобів моніторингу процесів та контролю виконання.

Звичайно, можна впровадити додатки і окремо, не вкладаючись у створення додаткової інфраструктури. Однак подібний підхід, цілком застосовний при автоматизації традиційних додатків, не дозволяє досягти основного ефекту від впровадження комплексу додатків через специфіку даної групи додатків, а саме:

- організація загального інформаційного простору підприємства. Цей клас накопичує інформацію про основні аспекти діяльності співробітників організації. У зв'язку з цим особлива увага приділяється механізмам пошуку, накопичення інформації та уніфікації інтерфейсу для різних функцій процесів

обробки даних. При цьому важливо мати доступ до інформації про зайнятість співробітників у різних бізнес-процесах;

- Організація послідовної автоматизації процесів. Принципова неможливість автоматизації всіх управлінських процедур у компанії одночасно потребує можливості поетапної автоматизації окремих елементів управління даними;

- Специфічність додатків. Такі типові процедури, як узгодження договорів, канцелярія, оформлення документів можуть суттєво різнитися у компаніях навіть із подібною структурою бізнесу;

- використання гнучких інструментів модифікації додатків. У міру впровадження певного додатку до інфраструктури підприємства, виявляються його недоліки та необхідність внесення змін. Таким чином, програми в області автоматизації управління даними принципово не можуть бути реалізовані у вигляді жорстких автоматизованих робочих місць та вимагають можливості модифікації в процесі експлуатації;

- Складність управління комплексом додатків. При послідовному впровадженні великої кількості додатків, які не інтегровані в єдину систему, суттєво ускладнюються та подорожчає їх супровід. Це в кінцевому підсумку може звести нанівець ефект від автоматизації та вимагає впровадження додатків у рамках єдиної системи.

Таким чином, «електронний офіс» передбачає організацію роботи груп користувачів над спільним розв'язанням складних розподілених завдань в електронних комп'ютерних мережах за допомогою обчислювальної техніки. Вибір інструментів реалізації автоматизації управління даними призводить до певних зовнішніх та внутрішніх труднощів. Останні, найчастіше, пов'язані з людськими звичками та слабкостями. Вирішення цієї проблеми впирається в імідж фірми.

Зовнішній зріз проблеми полягає у великій кількості документів, які пропонуються у паперовому вигляді. Класичними прикладами є договори, листи, факси та періодичні видання. Також перехід до «електронного офісу» стримується через недостатньо розвинену технологію оптичного розпізнавання текстів. Останні досягнення в цій галузі стали поштовхом до активного впровадження технологій, у тому числі й у нас у країні. Привабливість введення тексту без використання клавіатури визначає інтерес і до технологій розпізнавання голосу. Спільно з технологіями архівування, індексування та пошуку документів це створює основу побудови електронних систем керування даними.

Література:

1. Інформаційні системи і технології : навч. посіб. / [П. М. Павленко, С. Ф. Філоненко, К. С. Бабіч та ін.]. К.: НАУ, 2013. 324 с
2. Трофименко О.Г., Прокоп Ю.В., Логінова Н.І., Копитчук І.М. Організація баз даних: навч. посібник, 2-ге вид. виправ. і доповн. Одеса: Фенікс, 2019. 246с.
3. Сучасні засоби доступу до даних: навчальний посібник для самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни "Організація баз даних та знань" для студентів напряму

підготовки 6.050101 "Комп'ютерні науки" / В. В. Федько, О. В. Тарасов, М. Ю. Лосєв. –Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. –328 с.

4. Електронний навчально-методичний комплекс з дисципліни: «Системи керування базами даних» - http://ito.vspu.net/SAIT/inst_kaf/kafedru/matem_fizuka_tex_osv/www/ENK/2013_2014/komp_dizayn/index.htm

МАРКЕТИНГ ГРОМАД В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Черненко В. О., студентка 3 курсу факультету міжнародного туризму та економіки

Васильєва О. О., доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, к.ф.-м.н., доцент

Національний університет «Запорізька політехніка»

Реформа місцевого самоврядування, що відбувається в Україні, економічні та соціальні перетворення, становлення нових форм реалізації соціальної політики в контексті сталого розвитку територій вносять корективи до механізму територіального управління на регіональному рівні. Зростання самостійності регіонів та громад створюють передумови для врахування специфіки територій в територіальному управлінні із використанням концептуальних положень маркетингу з метою підвищення їх конкурентоспроможності, привабливості для проживання, інвестування та туристичної діяльності. Територіальний маркетинг орієнтований на жителів громади, інвесторів, туристів та інших економічних суб'єктів, що діють або можуть діяти в громаді.

Маркетинг території є інструментарієм, що дає можливість використання наявного ресурсного потенціалу, створення та підтримки унікальності території для туристів, формування сприятливих умов для ведення бізнесу, працевлаштування та проживання. Маркетинг також є механізмом всебічного просування територій, метою якого є «просування цінності та образу території у такий спосіб, щоб потенційні користувачі території повною мірою усвідомили свої відмінні переваги, тобто відрізнали територію від інших» [1, с. 8].

Основними завданнями територіального маркетингу є діагностика стану спільноти, виявлення її основних проблем та їх причин; розробка бачення перспектив вирішення даних проблем на основі реалістичного осмислення цінностей і цілей спільноти, ресурсів і можливостей спільноти, розробка довгострокового поетапного плану інвестицій та розвитку спільноти.

Територіальний маркетинг визначають як особливий вид публічної управлінської діяльності, що здійснюється з метою виявлення і просування інтересів населення території для вирішення конкретних задач розвитку, створення, підтримки або зміни відносин та поведінки приватних осіб і компаній стосовно конкретної території. Він є одним із напрямів соціального