

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА Й ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ

СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ

Ю. Ю. Карпенко, студентка спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, група ДІД-51м

Т. М. Білоусько, науковий керівник, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах, к. е. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нинішню епоху без сумніву можна назвати інформаційною. Сьогодні інформація стала найдорожчим і найбільш ліквідним товаром, який дає змогу отримувати величезні прибутки тим суб'єктам, які вирвалися вперед в інформаційних перегонах. Особливо це стосується ринку фінансових послуг. Сучасні банки стали потужними акціонерними структурами зі складною господарською структурою та управлінськими зв'язками [4].

В Україні банківські інформаційні технології фактично знаходяться в процесі початкового зростання та розвитку. Зростання масштабів фінансово-кредитного бізнесу та конкуренція з іноземними банками, які приходять в Україну, вимагають адекватних рішень у сфері інформаційних технологій. Такими рішеннями можуть стати провідні банківські системи й програмні продукти. Таким чином, основним завданням постає реалізація в українських банках проектів з упровадження нових банківських інформаційних технологій [3].

Інформаційна модель банку має містити опис:

- організаційної структури банку;
- банківських технологій, бізнес-процесів;
- використовуваних баз даних;
- руху інформації і документів;
- застосовуваних інформаційних систем.

Вкладаючи кошти в нові інформаційні технології й апаратно-програмне забезпечення обчислювальних платформ, українські банки насамперед прагнуть перемогти конкурентів, забезпечити

зростання продуктивності й ефективності діяльності[2]. Як відомо, інформаційні технології в банку вирішують два основні завдання: підтримка існуючих бізнес-процесів банківської діяльності; розвиток діяльності банку шляхом упровадження інформаційних технологій і нових програмних продуктів. Відповідно до цього доцільно виділити декілька груп інформаційно-технологічних проєктів [1]:

- інфраструктурні проєкти, метою яких є збільшення продуктивності та підвищення стійкості інформаційних систем;
- упровадження нових програмних продуктів та додатків.

В останні роки конкурентна перевага банків, як правило, забезпечувалася наявністю банківської інформаційної системи останнього покоління, що сприяло зниженню середніх витрат на виконання транзакцій та, як наслідок, зниження цін на банківські послуги. Проте сьогодні в Україні існують банки, які мають сучасні банківські інформаційні системи, тому для залучення підприємств до процесу фінансово-кредитної взаємодії банки повинні знову підвищувати ефективність своєї діяльності[3].

Сьогодні всі банки України переходять працювати з автоматизованою CRM-системою. Це така ж система для банків, як 1С для бухгалтерії. Таким чином, автоматизована CRM-система для банку передбачає набір програмних додатків, які обслуговують кожен крок процесу. CRM-системи, призначені для вирішення двох основних завдань, які пов'язані з підвищенням ефективності бізнес-процесів, зосереджених у фронт-офісі банку [1]:

- по-перше, дозволяють визначити наміри та можливості підприємств-позичальників;
- по-друге, на основі аналізу інформації про економічний стан, ділову активність, кредиту історію, становище на ринку дозволяють підвищити ефективність роботи шляхом вироблення індивідуальних стратегій.

Отже, українська інформаційна галузь в останні роки виявляє тенденції руху в напрямку, зворотному до модернізації, які призвели до сповільнення темпів або зупинення впровадження систем інформаційного забезпечення банківської діяльності. Автоматизовану CRM-систему визначено як набір програмних додатків, які обслуговують кроки процесу взаємодії банку з підприємством-позичальником, пов'язані єдиною бізнес-логікою та інтегровані в програмне середовище банківської інформаційної системи на засадах єдиної бази даних.

Список використаних інформаційних джерел

1. Національний банк України [Електронний ресурс]. – URL: www.bank.gov.ua (дата звернення: 14.01.19).
2. Новак В. О. Інформаційні системи в менеджменті : підручник / В. О. Новак. – Київ : Каравела, 2016. – 616 с.
3. Банківський сектор [Електронний ресурс]. – URL: www.ubr.ua (дата звернення: 19.01.19).
4. Єрєміна Н. В. Банківські інформаційні системи : підручник / Н. В. Єрєміна. – Київ : КНЕУ, 2016. – 227 с.

ІНТЕРАКТИВНІ МУЗЕЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Ю. Ю. Карпенко; Ю. В. Пащенко, студентки спеціальності *Інформаційна, бібліотечна та архівна справа група ДІД-51*
Т. В. Оніпко, науковий керівник, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності, д. і. н.
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Музейна комунікація є визначальним складником діяльності музею як науково-дослідного та культурно-освітнього закладу. Її можна назвати методологічною основою сучасної діяльності цих культурних установ.

В умовах інформаційного суспільства, яке є результатом «другої індустріальної революції», базованої на розвитку мікроелектронних технологій, змінився характер відносин між музеями та їхніми відвідувачами, останні почали сприйматись як рівноправні партнери в роботі музейних установ, тобто сформувалася нова концепція освітньої діяльності музею як комунікативної системи, розширилися його функції.

Інтерактивність – це взаємодія, комунікація, яка передбачає двосторонній діалог між учителем та учнями (викладачами і студентами), метою якого є перетворення узагальненої інформації на особистісні знання. Інтерактивність є базовим принципом музейно-педагогічної діяльності й акцентує увагу на необхідності створення ефективного дидактичного середовища у музеї.

Противага цьому, як правило, традиційні методи, які становлять переважно одноманітні екскурсії, характерною особливістю яких є відсутність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами, які виступають у ролі пасивних