УДК 651. 4/9:004 (043)

Наконечна О. А., Петрук С. В.
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

АВТОМАТИЗАЦІЯ ДОКУМЕНТООБІГУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕТАП МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У статті запропоновано методологічні підходи до моделювання інформаційно-комунікаційних процесів підприємства. Виділено основні елементи, які забезпечують ефективне функціонування комунікацій на підприємстві. Для загального удосконалення управління підприємством охарактеризовано модель автоматизації документообігу з метою визначення рівня розвитку і стадії впровадження системи автоматизованого документообігу на підприємстві. Представлено класифікацію систем управління документами та описано їхні функції і можливості.

Ключові слова: *комунікація, документаційне забезпечення управління, автоматизація документообігу, бізнес-процеси, система електронного документообігу, система управління документами.*

Nakonechnaya O., Petruk S.
East European University of Economics and Management

OFFICE AUTOMATION AS AN IMPORTANT STAGE OF ENTERPRISES INFORMATION AND COMMUNICATION PROCESSES MODELING

The article presents methodological approaches to information and communication processes modeling. The main elements that provide the effective communication in the enterprise are pointed out. The model of office automation for the general improvement of the business management is characterised in order to determine the stage of development and introduction of office automation in the enterprise. The classification of document management systems is presented and their functions and features are described.

Keywords: *communication, documentation for management, workflow, business-processes, electronic document management system, document management system.*

ВСТУП

Комунікації є невід'ємним атрибутом процесу управління. Вони зв'язують окремі елементи організації в єдине ціле, даючи можливість координувати управлінські дії, аналізувати досягнуті результати, виправляти допущені помилки, формувати нові завдання; вони з'єднують організацію із зовнішнім середовищем, а саме дозволяють отримувати інформацію про стан ринку та поведінку на ньому суб'єктів господарювання, повідомляти партнерів по бізнесу і споживачів про свої наміри та впливати на їхню поведінку. Отже, організаційні комунікації мають відбуватися у різних напрямках – всередині організації і за її межами, як на одному управлінському рівні, так і між різними рівнями, здійснюватися по діагоналі, якщо у обговорення шляхів усунення проблеми включаються суміжні підрозділи.

Комунікації можуть відбуватися різними способами: письмово, усно, за допомогою різних каналів – усної бесіди, по телефону, виступ на конференції, повідомлення листом чи електронними засобами зв'язку тощо. На базі розвитку інформаційної індустрії, яка передбачає використання традиційних технічних засобів у поєднанні з найновішими комп'ютерними комплексами, все ширше розгортається робота з автоматизації управлінсько-комунікаційних процесів.

Виконання організаційних аспектів щодо автоматизації системи управління – це шлях до впровадження нової інформаційної технології. Одним із головних завдань поряд з розробкою основ економіко-організаційного моделювання апарату управління є раціоналізація організації інформаційних процесів і приведення їх у відповідність з реальними управлінськими процесами.

Повна інтегрована автоматизація підприємства передбачає охоплення таких управлінсько-комунікаційних процесів: зв'язок, збирання, зберігання і доступ до інформації, її аналіз, генерація нової інформації, її використання для вирішення спеціальних завдань. Для створення інформаційного середовища необхідне поєднання всіх функцій системи автоматизації як в управлінському апараті, так і на кожному робочому місці, а також на підприємстві в цілому.

На сучасному етапі інформаційні технології відіграють дуже важливу роль в управлінні інформаційно-комунікаційними процесами; за допомогою цих технологій (мережі, система підтримки рішень, управлінська інформаційна система та ін.) прийняття управлінських рішень забезпечується на високому рівні, відбувається тісний взаємозв'язок керівництва та підлеглих.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

З метою вдосконалення існуючого підходу щодо управління інформаційно-комунікаційними процесами на підприємстві вважаємо за доцільне здійснити аналіз стану та організації управління

інформаційними процесами з урахуванням впливу чинників внутрішнього й зовнішнього середовищ і запропонувати шляхи їхнього ефективного функціонування на підприємстві.

Враховуючи вищевикладене, актуалізується необхідність приділити увагу питанню моделювання інформаційно-комунікаційних процесів підприємств, а саме етапу автоматизації документообігу як перспективному напрямку здійснення інформаційних процесів діяльності для підвищення ефективності управління, прискорення руху документів, зменшення трудомісткості опрацювання документів на підприємствах, в організаціях, установах.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційним процесом називається взаємодія між повідомленням, відправником і споживачем інформації. Іншими словами, інформаційні процеси – це сукупність послідовних операцій (реєстрація, передача, накопичення, зберігання, оброблення, видача інформації), дій і зв'язків з обміну інформацією, що здійснюються в системі комунікацій [1].

Інформаційні процеси (механізми) стають особливо актуальними тоді, коли інформація розглядається як невід'ємний елемент управління будь-якою системою та повинні ефективно використовуватися для досягнення конкретних цілей і вирішення завдань, що стоять перед підприємством [1].

Визначення інформаційних процесів, що відбуваються в сучасному суспільстві, розглядається у тісному взаємозв'язку з поняттям інформаційної діяльності (рис. 1).

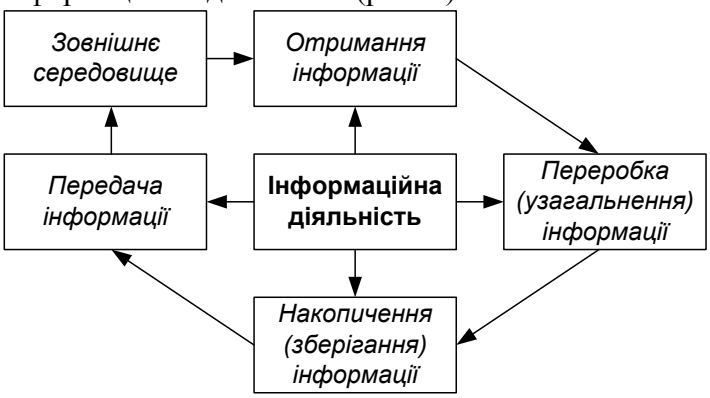

Рис. 1. Схема інформаційного процесу в сучасному суспільстві
Джерело: [1]

Тобто інформаційна діяльність – діяльність людини, що пов'язана с процесами отримання, переробки, накопичення та передачі інформації. Згідно з таким тлумаченням інформаційний процес складається з таких складових: отримання інформації; переробка

(узагальнення) інформації; накопичення (зберігання) інформації; передача інформації.

Процес комунікації для забезпечення інформаційної діяльності підприємства є процесом обміну інформацією. Тобто, використовуючи і передаючи інформацію, а також отримуючи зворотні сигнали, такий обмін інформацією організовує, керує і мотивує підлеглих [1].

Дослідження теоретичних засад комунікаційного процесу насамперед потребує визначення сутності поняття «комунікація». Трактувань терміна «комунікація» досить багато, і залежать вони від підходів, що використовуються авторами: (лінгвістичний, філософський, психологічний, соціальний, економічний, маркетинговий) (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «комунікація»

№ з/п	Автор та трактування поняття «комунікація»
1	2
1	*Лінгвістичний підхід*
1.1	Плотніков М. В.: «Комунікація – процес і результат обміну інформацією» [2].
1.2	Почепцов Г. Г.: «Комунікація є передачею інформації між двома автономними системами, якими є дві людини» [3].
1.3	Берлесон Б., Стейнер Г.: «Комунікація – передача інформації, ідей, почуттів тощо … шляхом використання символів – слів, зображень, цифр і таке інше» [4].
2	*Філософський підхід*
2.1	Філософський словник: «Комунікація – категорія ідеалістичної філософії, що позначає спілкування, за допомогою якого «Я» знаходить себе в іншому» [5].
2.2	Філософська енциклопедія: «Комунікація – смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії» [6].
2.3	Петрук Н. К.: «Комунікація – універсальна реальність соціального існування, вираження здатності суспільної людини до співіснування, яке є незаперечною умовою життя» [7].
3	*Психологічний підхід*
3.1	Рева В. Е.: «Комунікація – це багатогранний процес, в основі якого лежить спілкування, у яке відправники вклали відповідний зміст» [8].
3.2	Цуруль О. А.: «Комунікація – процес двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до взаємного розуміння» [9].
3.3	Кулі Ч.: «Комунікація – механізм, завдяки якому людські стосунки можуть існувати і розвиватися, тобто будь-які символи розуму, разом із засобами передачі їх у просторі і часі» [10].

Продовження табл. 1

1	2
4	*Соціальний підхід*
4.1	Бєляков О. О.: «Комунікація – це також вербальні та невербальні стосунки, обмін інформацією, поводження, порозуміння і його спроба, зв'язки, взаємозалежність тощо» [11].
4.2	Бурцева Т. А.: «Комунікація – це взаємодія, діяльність людей або тих чи інших організацій один з одним» [12].
4.3	Різун В. В.: «Комунікація – це зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особливостями комунікаторів процес встановлення і підтримання контактів між членами певної соціальної групи чи суспільства загалом на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації…» [13].
4.4	Льюіс Д., Гауер Н.: «Комунікація – це, перш за все, спосіб діяльності, який полегшує взаємне пристосування діяльності людей…Це такий обмін, який забезпечує кооперативну взаємодопомогу, роблячи можливою координацію дій більшої складності» [14].
5	*Економічний підхід*
5.1	Мільнер Б. З.: «Комунікація – це процес, за допомогою якого керівники розвивають систему надання інформації, передачі відомостей великій кількості людей у середині організації та окремим індивідуумам та інститутам за її межами» [15].
5.2	Кузьмін О. Е.: «Комунікації – процеси зв'язку між працівниками, підрозділами, організаціями тощо» [10].
5.3	Хміль Ф. І.: «Комунікація – обмін інформацією, у результаті якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень, і доводить її до відома співробітників» [16]
5.4	Лейхіфф Дж. Л., Пенроуз Дж. М.: «Комунікація – засіб співробітництва, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, організації та суспільства через те, що сучасний бізнес становить складне виробництво, колективний характер праці, використання значних ресурсів» [15].
6	*Маркетинговий підхід*
6.1	Примак Т. О.: «Комунікація – це інформаційно-психологічні зв'язки між ринковими суб'єктами (споживачами, постачальниками, посередниками тощо), які встановлюються для забезпечення їх господарської діяльності з метою підтримування довготривалих взаємовигідних стосунків між ними в процесі створення певних цінностей» [17]
6.2	Гірченко Т. Д., Дубовик О. В.: «Комунікації – це ефективне спілкування з фактичними чи потенційними покупцями продукції» [18]
6.3	Яловега Н. І.: «Комунікація – це комплекс заходів, спрямований на встановлення двостороннього зв'язку між підприємствами споживчої кооперації та іншими суб'єктами ринку за допомогою відповідних інструментів, для посилення ефективності та впливової діяльності на ринку» [19].

Джерело: власна розробка

Розглянуті підходи є свідченням міждисциплінарності й різнобічної спрямованості поняття «комунікація», що, в свою чергу, говорить про необхідність урахування системного підходу при побудові комунікаційного процесу підприємства.

Про важливість і необхідність ефективного функціонування комунікацій на підприємстві свідчить ряд положень, а саме:

1. Комунікація – одна з важливих умов існування і розвитку організації.

2. Комунікація здійснює взаємодію із зовнішнім середовищем, визначаючи рівень і якість прийняття управлінських рішень.

3. Комунікації характеризують стан внутрішнього середовища організації шляхом забезпечення функціонування і взаємодії людей, структури, цілей, технології та завдань організації.

4. Комунікація створює неформальну структуру в процесі функціонування організації і сприяє зближенню з нею формальної структури [20].

Дж. Лафта виділив ряд моментів, на які повинні бути насамперед спрямовані комунікації в організації:

1. Забезпечення ефективного обміну інформацією між об’єктами і суб’єктами управління, а також між організацією та її оточенням.

2. Удосконалення міжособистісних відносин у процесі обміну інформацією.

3. Створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими співробітниками і групами та координація їхніх завдань і дій.

4. Регулювання та раціоналізація інформаційних потоків [20].

Щоб визначити причини зниження ефективності комунікацій, слід враховувати кожний етап комунікаційного процесу. Перш за все визначимо елементи комунікаційного процесу:

– відправник, особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію і передає її;

– повідомлення, власне інформація, закодована за допомогою символів;

– канал, засіб передачі інформації;

– одержувач, особа, якій призначена інформація і яка інтерпретує її [20].

У процесі комунікацій основні елементи проходять ряд взаємопов’язаних етапів:

1. Зародження ідеї. Обмін інформацією починається з формулювання ідеї або відбору інформації. Відправник вирішує, яку значущу ідею або повідомлення слід зробити предметом обміну.

2. Кодування і вибір каналу. Для того щоб передати ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати її,

використавши при цьому слова, інтонацію і таке інше. Кодування перетворює ідею в повідомлення.

3. Передача. На третьому етапі відправник використовує канал для доставки повідомлення одержувачу.

4. Декодування – переклад символів відправника до думки одержувача.

5. Зворотний зв'язок. При наявності зворотного зв'язку відправник і одержувач міняються ролями.

6. Перешкоди (шум). Джерела шуму, які можуть створювати перешкоди на шляху обміну інформацією [21], різні – від використання мови та відмінностей у сприйнятті, за яких може змінюватися сенс інформації в процесах кодування і декодування.

Коли комунікації в організації проходять всі етапи комунікаційного процесу, виникає ряд бар'єрів як міжособистісного характеру, так і організаційного та технічного походження [22], що узагальнено автор зводить до таких:

– труднощі в отриманні зворотного зв'язку;

– інформаційні перевантаження – перевищення реальних можливостей системи комунікацій та людей, які до неї входять, обробляти інформацію;

– спрощена інформація, що несе в собі мало конструктивних ідей, слабо пов'язана з контекстом повідомлення;

– конкуренція між повідомленнями (одночасний вплив на отримувача декількох джерел інформації);

– велика кількість напрямків отримання інформації;

– кодифікаційний бар'єр – втрата частини повідомлення під час кодування та декодування повідомлення.

Усі ці бар'єри повинні бути враховані при побудові комунікаційного процесу та вирішенні. Це складний процес, але одним із шляхів подолання ряду зазначених бар'єрів є дотримання принципів формування системи комунікацій на підприємстві (табл. 2).

На ефективність комунікаційного процесу значний вплив також має запас знань персоналу, рівень його інформаційної культури. Ефект комунікаційного процесу – це зміни в поведінці одержувача інформації, які відбуваються в результаті прийняття повідомлення.

Для підвищення ефективності комунікаційних процесів у організації необхідно: вміти чітко визначати ідею процесу комунікації; обдумати мету здійснення кожної комунікації; чітко пояснювати повідомлення, демонструвати розуміння, відвертість у розмові; регулювати інформаційні потоки; звертати увагу на інтонацію повідомлення й однозначність його інтерпретації; включати в повідомлення корисну та цінну інформацію для одержувача; постійно дбати про наявність зворотного зв'язку; вживати управлінські дії, які сприятимуть полегшенню обміну інформацією по вертикалі і

горизонталі; розгортати системи збору пропозицій; використовувати внутрішньоорганізаційні інформаційні системи: корпоративні друковані видання, стінгазети, стенди тощо; планувати комунікаційний процес на перспективу; застосовувати досягнення сучасних інформаційних технологій.

Таблиця 2

Принципи побудови системи комунікацій на підприємстві

№	Принцип	Сутність
1	Системності	Передбачає організування системи комунікацій як комплексу взаємозв'язаних елементів, що утворюють систему і її подальшу консолідацію із системами вищого порядку
2	Стандартизації	Передбачає впорядкування та регламентацію організування системи комунікацій підприємства
3	Планування	Базується на планах здійснення загальної комунікаційної політики
4	Вимірювання та оцінок	Функціонування системи комунікацій, її організування та стан повинні постійно вимірюватися та оцінюватися
5	Зобов'язаності й політики	Полягає в обов'язковому формуванні та здійсненні підприємством власної комунікаційної політики
6	Комплексної автоматизації	Передбачає автоматизування таких процесів: збору та обробки інформації із внутрішніх і зовнішніх джерел; оцінювання ефективності діяльності комунікаційної системи підприємства
7	Спеціалізації	Використання як інструментів комунікації спеціалізованих інформаційних систем
8	Доступності	Система комунікацій підприємства повинна бути організована таким чином, щоб усі задіяні у процесі комунікацій особи мали вільний доступ до інформації
9	Розвитку та вдосконалення	Передбачає постійне вдосконалення системи комунікацій і відстеження рівнів найбільш ефективно працюючих підсистем та підрозділів; упровадження нових технологій
10	Неперервності	Раціональне організування процесів функціонування системи комунікацій

Джерело: [22]

При підвищенні рівня управління комунікаціями в організації важливим є не лише використання вибіркових важелів впливу, а й створення цілого комплексу засобів.

Використання автоматизованої інформаційної системи (далі – АІС) може розглядатися як база для загального вдосконалення управління підприємством. При цьому управління підприємством реалізує такі основні функції: обслуговування клієнтів; розробка продукції; облік і контроль за діяльністю підприємства; фінансове забезпечення діяльності підприємства тощо.

Комплексна автоматизація цих функцій вимагає створення єдиного інформаційного простору підприємства [23], в якому співробітники і керівництво можуть здійснювати свою діяльність, керуючись єдиними правилами представлення й оброблення інформації в документному і бездокументному вигляді.

Початковим етапом створення інформаційного простору підприємства є побудова моделі документообігу і позиціонування в ній свого підприємства [24].

Напрямками автоматизації документообігу (рис. 2) є: підтримка фактографічної інформації, можливість роботи з повнотекстовими документами та підтримка регламенту проходження документів. Зазначені напрямки автоматизації документообігу визначають тривимірний простір властивостей, де по певній траєкторії рухається будь-який програмний продукт даного класу, проходячи різні стадії свого розвитку.

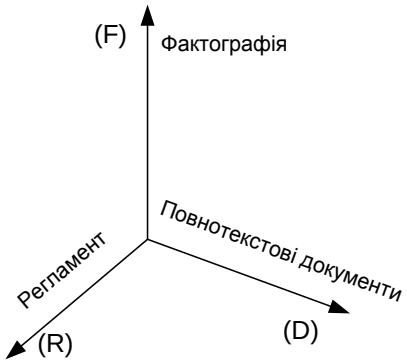

Рис. 2. Напрямки автоматизації документообігу
Джерело: власна розробка

Перша вісь (F) характеризує рівень організації зберігання фактографічної інформації, яка прив’язана до специфіки конкретного роду діяльності організації. Наприклад, операційні документи, що створюються в щоденній діяльності підприємств будь-якої предметної області.

Друга вісь (D) відображує необхідність організації взаємодії: формування і передача товарів, послуг або інформації як всередині підприємства, так і поза ним. У цих документах поряд з фактографічною інформацією міститься слабкоструктурована інформація, що не підлягає автоматизованій аналітичній обробці, така,

наприклад, як форс-мажорні чинники і порядок пред'явлення претензій при порушенні умов договору тощо.

Третя вісь (R) вносить до простору документообігу третій вимір – регламент процесів проходження документів. Основа для позиціювання відносно цієї вісі – набір формальних ознак (атрибутів) і перелік виконаних операцій.

Крапка перетинів (F, D, R) визначає стан системи документообігу і має координати (f, d, r), де f, d і r належать множині F, D і R, відповідно. Положення цієї крапки залежить від рівня розвитку і стадії впровадження автоматизованої системи документообігу на підприємстві, а також його специфіки і масштабу управлінської діяльності.

Сформулюємо уявлення про контури цієї моделі, яка містить у собі три основні фази розвитку.

Фаза перша – фактографічна. В процесі будь-якої діяльності відбувається накопичення первинної інформації, що має жорстку структуру і атрибутику. Крапка на осі (R) визначає поточний стан інформаційної системи підприємства. Рух по осі (R) вгору характеризує накопичення фактографічної інформації і являє собою деякий прив'язаний до бізнес-процесів підприємства агрегат з наявних характеристик (атрибутів). Після виявлення на підприємстві конкретних бізнес-процесів управління подальший розвиток в одновимірному просторі неможливий – необхідний перехід до наступної фази.

Фаза друга – повнотекстова. З розвитком підприємства зростає кількість завдань, для вирішення яких використовуються повнотекстові документи (такі, що містять тексти, графіки, таблиці, відео тощо). Крапка на вісі (D) свідчить про те, що управлінська діяльність підприємства знаходиться в двовимірному просторі й характеризує інформаційну систему підприємства, де крім фактографічної бази документів необхідно впроваджувати електронні сховища і архіви інформації.

Фаза третя – регламент. Ефективні процеси документообігу в масштабах підприємства неможливі без вирішення питань узгодження або дотримання регламенту роботи. Якщо на другій фазі (плоскість) негласно присутній лише один, простий регламент (нульова крапка), кожен співробітник мав доступ до архіву або його частини, або до папки кожного працівника поміщалося індивідуальне завдання (інакше кажучи, було відомо лише, що документ існує), то на даному етапі потрібна вже інтегральна оцінка в умовах нелінійного процесу управління. Наприклад, це можуть бути операції з документами, такі як ознайомлення з документом і його виконання; контроль за виконанням, який включає постановку документів на контроль;

відслідковування ходу виконання; укладання діловодних звітів для керівництва; зняття виконаних документів з контролю тощо.

Вісі «F» і «D» визначають специфіку діяльності організації, що регламентується положенням третьої координати (R) простору моделі документообігу. При цьому модель не залежить від технології обробки документів, прийнятої на підприємстві – все вирішує лише мета діяльності підприємства. В загальному випадку можна виділити три типи організацій: 1) торговельна компанія: придбання, націнка, продаж, отримання прибутку – головний об'єкт діяльності; 2) бюджетна організація: основна діяльність – формування документів; 3) промислове підприємство: закупівля сировини, переробка, створення нового продукту, реалізація, отримання прибутку – операція.

Якщо завданням організації є генерація документів, наприклад, органи державної влади, то її позиція в моделі займатиме досить високе положення відносно вісей «F» і «D». Сьогодні найбільшою популярністю користуються саме додатки, орієнтовані на автоматизацію діяльності державних і урядових адміністративних структур, орієнтованих на виробництво документів. Проте, якщо розглядати діяльність підприємства, завдання якого – виробництво операцій, матеріальних цінностей, то тут вже всі три координати повинні мати збалансовані значення.

Розробивши функціональну схему бізнес-процесів та створивши структуру згідно з модульним принципом побудови будь-якої системи управління і виділивши базові технологічні потоки операцій на кожному з рівнів модульності (перелік документів і операцій, що обробляються на конкретному робочому місці, маршрути їхнього руху, контролю й керування), можна переходити до впровадження автоматизованої системи електронного документообігу.

Нині на вітчизняному ринку представлено кілька десятків програмних продуктів, призначених для автоматизації управління документами. Автоматизовані системи управління документами (АСУД) можна класифікувати в такий спосіб: системи автоматизації діловодства (САД); системи електронного документообігу (СЕД); корпоративні системи управління документами (КСУД) [25].

Системи САД вирішують завдання обліку (реєстрації) вхідних, вихідних, внутрішніх документів, а також обліку резолюцій і отриманих звітів про виконання. Ці системи дозволяють здійснювати контроль за виконанням документів, кожної резолюції або доручення, зберігати дані про справи, в яких зберігаються документи, а також забезпечують швидкий пошук необхідних документів за одним реквізитом або сполученням реквізитів. Застосування САД виправдане у невеликих установах з незначним документообігом. САД найчастіше

розробляються індивідуально для внутрішнього користування в установі й на ринок не потрапляють [25].

Системи електронного документообігу (СЕД), окрім завдань автоматизації діловодства, забезпечують суворо регламентований і контрольований рух документів усередині та поза установою на основі інформаційних і комунікаційних технологій. У СЕД функціонують документи, що надходять технічними каналами зв'язку, електронні документи, створені в установі за допомогою засобів електронно-обчислювальної техніки, а також документи, створені за допомогою сканування паперових документів (електронні образи паперових документів) [25].

Використання СЕД дозволяє підвищити ефективність праці співробітників установ з досить великим обсягом документів, що пересилаються, або з штатною чисельністю персоналу, яка перевищує 50 осіб. Витрати на придбання та впровадження системи, навчання співробітників окупаються за рахунок підвищення швидкості передавання інформації, доступності як інформації, так і документів. Для впровадження СЕД необхідна локальна комп'ютерна мережа.

Корпоративні системи управління документами (КСУД) забезпечують універсальне, повсюдно доступне середовище для роботи та зберігання всіх типів документів, створюваних в установі. Корпоративні системи дозволяють користувачеві застосовувати всі функціональні підсистеми безпосередньо з бізнес-додатка. Це можуть бути офісні додатки щодо роботи з текстами, таблицями, графіками, фінансові системи, системи керування ресурсами тощо. Користувачами цих систем є всі співробітники установи [25].

Вибір тієї або іншої системи залежить від завдань, які передбачається вирішувати на підприємстві за допомогою даної системи, типу управлінської структури, масштабів діяльності установи, її технічних і фінансових можливостей.

Сьогодні різні фірми пропонують великий вибір АСУД, однак, як правило, перевага віддається розробленню СЕД як більш перспективному напряму роботи з електронними документами. Серед програм успішно застосовуються «Оптима Workflow» (компанія UpScale Sofb), «Дело» (компанія «Электронные Офисные Системы»), «Босс-Референт» (компанія «АйТи»), а серед українських розробок – «АСКОД» (компанія «ІнфоПлюс»), «Атлас Док» (корпорація «Атлас»), «ДОК ПРОФ» (компанія «Квазар-Мікро»), «Megapolis. Документообіг» (компанія Softline), «ФОССДок» (підприємство «Фосс-Он-Лайн») [25].

Як правило, СЕД реалізують функції з автоматизації традиційних діловодних процесів і передбачають паралельне функціонування електронного й паперового документообігу. Водночас вони можуть успішно здійснювати повноцінний електронний документообіг.

ВИСНОВКИ

Удосконалення інформаційно-комунікаційних процесів на підприємстві спричинить створення якісного комунікативного простору, необхідного для реалізації стратегічних програм розвитку будь-якого підприємства в сучасних умовах розвитку суспільства.

Для побудови ефективного комунікаційного простору підприємства необхідне виконання таких заходів:

– управління інформаційними потоками, тобто визначення потреби в інформації всіх рівнів управління й організації потоків інформації відповідно до цих потреб;

– забезпечення постійних процесів обміну інформацією (зустрічі з підлеглими, обговорення майбутніх змін, звіти за результатами контролю) та організація зворотних зв'язків (досвід працівників, система збору пропозицій від працівників, ротація кадрів);

– раціоналізація управлінських процесів (усунення зайвих і дублюючих операцій) та удосконалення документообігу;

– впровадження сучасних інформаційних технологій та оновлення технічної інфраструктури.

Представлений комплекс заходів може буди використаний для побудови моделі документообігу з використання АІС на підприємствах будь-якої предметної області та масштабів. З цією метою в роботі представлена узагальнена модель автоматизації документообігу в тривимірному просторі властивостей, яка допомагає визначитись та обґрунтувати вибір програмного продукту того чи іншого класу. На основі зазначеної моделі визначаються конкретні бізнес-процеси управління, характер інформаційної системи, специфіка діяльності, після чого можна переходити до впровадження автоматизованої системи електронного документообігу.

Таким чином, у статті запропоновано комплексний підхід вдосконалення інформаційно-комунікаційних процесів, що є необхідною умовою для переходу на якісно новий рівень керування бізнес-процесами і сповна відповідатиме вимогам і завданням автоматизації управлінської діяльності в сучасних умовах функціонування підприємств, організацій та установ.

СПИСОК ЛІТЕТАТУРИ

1. Основи інформаційно-аналітичної діяльності [Текст] : навч. посіб. / В. І. Захарова, Л. Я. Філіпова. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 336 с. 2. Плотников М. В. Эффективные коммуникации в организации [Электронный ресурс] / Плотников М. В. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html. 3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефлбук; К. : Ваклер, 2001. – 656 с. 4. Берлесон Б. Коммуникация – это… [Электронный ресурс] / Б. Берлесон, Г. Стейнер. – Режим доступа : http://www.com-management.narod.ru/. 5. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – 4-е изд. – М. : Политиздат, 1981. – 445 с. 6. Філософська енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/605/. 7. Петрук Н. К.

Організація як суспільний феномен: засади соціально-філософського аналізу / Н. К. Петрук. – К. : Центр духовної культури, 2004. – № 43. 8. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебн.-метод. пособ. / В. Е. Рева. – Пенза : Изд. ПГУ, 2003. – 161 с. 9. Цуруль О. А. Менеджмент у державних організаціях : навч. посібн. / О. А. Цуруль. – К. : КНЕУ, 2002. – 142 с. 10. Коммуникации в менеджменте [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.Grandars.ru. 11. Бєляков О. О. Роль засобів масової комунікації у формуванні екологічної політики [Електронний ресурс] / О. О. Бєляков. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act= book.index&book=28. 12. Бурцева Т. А. Управление маркетингом : учебн. пособ. / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М. : Экономистъ, 2005. – 271 с. 13. Різун В. В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Різун. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1. 14. Каймакова М. В. Коммуникации в организации : учебн. пособ., текст лекций / М. В. Каймакова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 73 с. 15. Мильнер Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 480 с. 16. Хміль Ф. І. Менеджмент / Ф. І. Хміль. – К. : Вища школа, 1995. – 351 с. 17. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. доктора екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т. О. Примак. – К., 2004. – 26 с. 18. Гірченко Т. Д. Маркетинг : навч. посібн. / Т. Д. Гірченко, О. В. Дубовик. – К. : ІНКОС, Центр навчальної літератури, 2007. – 255 с. 19. Яловега Н. І. Принципи застосування основних комунікаційних інструментів у діяльності підприємств споживчої кооперації [Електронний ресурс] / Яловега Н. І. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com /19_NNM_2007/Economics/23199.doc.htm. 20. Лафта Дж. К. Менеджмент : учебн. пособ. / Дж. К. Лафта. – М. : ТК Велби, 2005. – 592 с. 21. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1999. – 800 с. 22. Сурков С. А. Барьеры в маркетинговых коммуникациях [Электронный ресурс] / С. А. Сурков. – Режим доступа : http://grebennikon.ru/article-MzVU.html. 23. Николаева Ж. В. Основы теории коммуникации : учебн.-метод. пособ. / Ж. В. Николаева. – Улан-Удэ : ВСГТУ, 2004. – 274 с. 24. Основи внутрішньої комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. ukrainepublicdialogue.org/?page_id=159&langswitch_lang=uk. 25. Наконечна О. А. Моделювання ефективного електронного документообігу для управління діяльністю органів державної влади / О. А. Наконечна, С. В. Петрук // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент : науковий журнал. – Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2015. – № 2 (19). – 242 с. – С. 169–181.

Дата надходження до редакції – 20.09.2016 р.