

відповідною стороною за договором за порушення фактично виконуваних ними обов'язків лише у випадках, спеціально передбачених законодавством (наприклад, виробник за відправку недоброякісної продукції або товару) [3].

Отже, варто відзначити, що в Україні створено достатню законодавчу базу для здійснення державної інформаційної політики. Для регулювання інформаційних правовідносин використовуються договори на створення інформаційної продукції та договори на надання інформаційних послуг, доцільність використання яких зумовлюється специфікою певного виду інформаційної діяльності.

### Література

1. Жарких, В. Ю. Правове регулювання інформаційної діяльності: Навч.посіб. / [В.Ю. Жарких, О.С. Білоусов, Д.Д. Татакі та ін.]. — К.: Каравела, 2012. — 214 с.
2. Марущак, А. І. Інформаційне право України: Підручник / А.І. Марущак. — К.: Дакор, 2011. — 456с.
3. Письменский, А. А. Информационное право Украины. Законодательство, комментарии, перспективы: Учебник / А. А. Письменский – Харьков: Бизнес Информ, 1996. — 472 с.

**Лариса Ященко, Юлія Московська**  
**Одеський національний політехнічний університет**  
**Одеса, Україна**

### **ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ВИМОГ ДО АНАЛІТИЧНОГО ЗВІТУ ДЛЯ КЕРІВНОЇ ЛАНКИ БІЗНЕС- СТРУКТУРИ**

***Анотація:** Розглядаються теоретичні та практичні аспекти створення аналітичного документу для керівної ланки бізнес-структури, на основі якого приймаються управлінські рішення. Наводиться приклад практичної оптимізації формату аналітичного звіту як синтезу текстових та візуальних засобів.*

***Ключові слова:** прийняття управлінського рішення, бізнес-сфера, аналітичний звіт, текстовий формат, візуалізація даних*

***Аннотация:** Рассматриваются теоретические и практические аспекты создания аналитического документа для руководящего звена*

*бизнес-структуры, на основе которого принимаются управленческие решения. Приводится пример практической оптимизации формата аналитического отчета как синтеза текстовых и визуальных средств.*

**Ключевые слова:** *принятие управленческого решения, бизнес-сфера, аналитический отчет, текстовый формат, визуализация данных*

**Abstract:** *Examines theoretical and practical aspects of creating an analytical document for managers of business structures on the basis of which management decisions are made. An example of practical optimization format of analytical report as a synthesis of text and visual tools.*

**Keywords:** *management decision-making, business area, analytical report, text format, data visualization*

**Актуальність.** Постійні трансформації, які відбуваються у суспільстві, вимагають від бізнесу миттєвого реагування, що обумовлює необхідність прийняття адекватних рішень з боку керівництва бізнес-структур.

У свою чергу правильність управлінських рішень значною мірою залежить від належного інформаційно-аналітичного забезпечення, яке здійснюється через проведення відповідних досліджень на замовлення керівництва. Результати цих досліджень концентруються у кінцевому аналітичному документі, що містить ґрунтовний аналіз ситуації з висновками та пропозиціями. Якість підготовки аналітичною службою такого документу впливає на якість прийняття управлінських рішень. На жаль, як свідчить практика аналітичної роботи, неабиякі зусилля аналітиків часто зводяться нанівець, якщо в ньому не враховані вимоги, продиктовані самою суттю управлінського процесу.

**Мета** статті: на основі узагальнення досвіду аналітичного супроводження прийняття управлінського рішення запропонувати оптимальний формат аналітичного звіту для керівної ланки бізнес-структури, який би гармонійно поєднував високу якість підготовленої аналітичної інформації з ефективними візуальними засобами.

Як відомо, основними вимогами до аналітичного звіту у сфері бізнесу є:

- чітко орієнтована на прийняття управлінського рішення інформативність;
- максимально можлива інформаційна ємність;
- зручність сприйняття аналітичної інформації через оптимальне поєднання текстово-вербальних та візуальних засобів.

Враховуючи, що підготовка аналітичного документу у бізнес-сфері має свою специфіку, насамперед розглянемо базові

документознавчі поняття «*інформаційний об'єм*», «*інформативність*» та «*інформаційна ємність*» в контексті створення кінцевого аналітичного звіту для прийняття бізнес-рішень. Як відомо, єдиних визначень понять наразі не існує, оскільки відсутня універсальна міра для вимірювання кількості інформації у документі. Найпоширенішими є наступні: під *інформаційним об'ємом* розуміють перш за все фізичний об'єм документу, який займає викладена на ньому інформація. Однак фізичний об'єм не дає уявлення про реальну кількість інформації, яка вкладена в документ та про кількість корисної інформації, вилученої з нього споживачем. У зв'язку з цим *інформативністю* будемо вважати кількість нових для конкретного споживача відомостей по відношенню до обсягу його тезауруса. Документ є інформативним, якщо споживачу все зрозуміло без звернення до інших джерел та якщо нові відомості в достатній мірі сприяють вирішенню задачі. *Інформаційна ємність* - загальна кількість дескрипторів в тексті документу - слів, що несуть смислове навантаження. Службові слова зв'язують дескриптори та в поєднанні з ними можуть створювати нові дескриптори. Документ буде тим більш інформаційно насиченим, чим більше дескрипторів в ньому по відношенню до загального обсягу тексту.

Щодо аналітичного звіту для керівництва бізнес-структури, то воно вважатиме його *інформативним*, якщо там будуть представлені:

- чітко сформульоване нове вивідне ситуативне знання у вигляді висновків та пропозицій, які допоможуть у прийнятті рішення;
- проаналізовані «сирі», розрізнені, фрагментарні вхідні дані у вигляді упорядкованих логіко-смислових блоків з проміжними висновками;
- логічний ланцюжок побудови кінцевих висновків через осмислення вхідних даних.

Досягнення високої *інформаційної ємності* звіту можливе через оптимізацію вже готового тексту, яка передбачає застосування традиційних та сучасних засобів. До перших належить усунення надлишкової інформації шляхом згортання/ущільнення текстового фрагменту на основі прийомів редакційної правки, до сучасних – заміна текстових повідомлень формалізованими та візуальними способами подання інформації.

Сучасні візуальні засоби представлення інформації за останніх часів набули неабиякої популярності у різних сферах, зокрема, у сфері бізнесу. Їхня популярність пояснюється колосальним зростанням та

ускладненням обсягів інформації, якими має оперувати сучасний менеджер. Хронічна перенапруга та дефіцит часу унеможливають опрацювання ним великих текстових масивів, на що звертає увагу Ю.В. Дрешер у «законі мінімального осмислення великого тексту споживачем»[2; 35]. На думку автора, «споживач складного та великого за обсягом тексту прагне гранично обмежити свої трудовитрати для виявлення частини його сенсу, достатньої для прийняття рішення».

Саме тому ідея представлення для керівної ланки бізнес-структур вивірених аналітичних документів в найбільш оптимальному та спрощеному для сприйняття форматі - у вигляді зорових образів, які включають розмаїття іконічно-графічних форм (таблиць, діаграм, матриць, карт, схем, графіків, рисунків, слайдів, анімацій тощо) є надзвичайно вдалою та ефективною. Такий формат прийнято вважати візуалізацією підготовленої аналітичної інформації або інфографікою, яка передбачає консолідацію смислових фрагментів в інтерактивних зображеннях, що дає менеджеру можливість швидко проаналізувати та переглянути їх у різних «розрізах».[3,5] Ми погоджуємося з висновками більшості науковців, які вважають візуалізацію нестандартним та ефективним засобом, який дозволяє донести до споживача дані та знання через посередництво найбільш активного каналу сприйняття – зорового та задовольнити вимоги багатьох сучасних споживачів, які сформувалися в умовах так званих «візуального» та «іконічного поворотів»[4, 187].

Говорячи про надання підготовленої аналітичної інформації, слід наголосити, що найчастіше у сучасних бізнес-структурах вона має вигляд презентації. Термін «презентація» нині достатньо широко трактується – як презентація для супроводження виступу, так і складні багатосторінкові звіти [1]; втім обидва називаються презентаціями лише тому, що готуються засобами Power Point. Цей програмний продукт заслужено знаходить широке застосування як дуже простий та зручний інструмент візуалізації результатів інформаційно-аналітичного дослідження.

Інфографічні інструменти подання аналітичного звіту особливо успішно працюють там, де необхідно представити послідовний ланцюжок побудови висновків та рекомендацій на основі опрацювання великих обсягів інформації, висвітлити запропонований алгоритм дій, продемонструвати тенденції розвитку проаналізованих об'єктів, компактно розкрити компоненти складного явища[3, 6].

Таким чином, аналітичний звіт для керівника досягає своєї мети за умови оптимального співвідношення змісту (інформативність через відповідну інформаційну ємність) та форми (зручність та наочність представлення підготовленої аналітичної інформації засобами комп'ютерної графіки)[6,311].

В якості прикладу практичної оптимізації формату аналітичного звіту наведемо кількісно-якісні характеристики підготовленого документу для прийняття рішення щодо доцільності започаткування нового бізнесу - відкриття автосалону у м. Вілково. Інформативність звіту забезпечується створеними базами даних, що містять інформацію про найближче конкурентне середовище, кількість аналогічних структур, якість та спектр послуг, відгуки користувачів тощо та висновками, що підтверджують первинну гіпотезу про доцільність нової структури у місті. Інформаційна ємність досягається за рахунок:

- 1) ущільнення /згортання основних текстових фрагментів
- 2) збалансованості вербального та інфографічного інструментарія (діаграм, таблиць, графіків, схем, мап, рисунків). Результати оптимізації представлені у наступній таблиці:

Таблиця 1.

#### Результати оптимізації формату аналітичного звіту

| Кількфсть лексичних одиниць до оптимізації | Загальна кількість дескрипторів після оптимізації |                                              | Співвідношення текстового та візуального інструментарію (у %) |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|                                            | 442                                               |                                              |                                                               |
| 548                                        | Кількість дескрипторів у текстовому форматі       | Кількість дескрипторів у візуальному форматі | 58% : 42%                                                     |
|                                            | 258                                               | 184                                          |                                                               |

Отже, у даному випадку вдале поєднання сучасного інфографічного інструментарію з лаконічними вербальними засобами дозволяє реалізувати основні вимоги до аналітичного звіту для керівництва[5,187]. В цьому контексті відомий принцип KISS («Keep It Short and Simple» - «слів менше, слова простіше та коротше, замість них - більше графічних форм») знаходить своє матеріалізоване втілення.

Таким чином, сучасний бізнес-аналітик має бути озброєний інтегративними ефективними засобами, які б синтезували можливості

текстового та візуального способів представлення вивідного знання як результату інформаційно-аналітичного дослідження. Це можливо за умови розуміння глибинної суті процесів подачі та сприйняття вивідної інформації, в яких інформаційно-аналітична складова та візуальні зображення злиті воедино. Саме такий формат можна вважати оптимальним способом досягнення мети інформаційно-аналітичного дослідження – надання бізнес-менеджерам дієвого аналітичного документу, на підставі якого прийматимуться виважені управлінські рішення.

### Література

1. Горбачевский М. Інфографіка / М.Горбачевский – {Електронний ресурс] .- Режим доступу: <http://infographer.ru>
2. Дрешер Ю.В..Организация информационного производства. /Ю.В.Дрешер.- М., - 2005.- 248 с. Режим доступу: <http://elbooka.com/raznaja-literatura/kniga-uchebnik/64401-dresher-yui-organizaciya-informacionnogo-proizvodstva.html>
3. Нефедьева К.В. Инфографика - визуализация данных в аналитической деятельности/ К.В.Нефедьева// Сб.научн. статей «Анализ информации в науке, культуре, бизнесе. – Под ред. Г.Ф.Гордукаловой. – СПб., Изд.СПбГУКИ. - 2013.- с.89-94.
4. Савчук В.В. Что такое повороты в философии? Медиафилософия. Приступ реальности» /В.В.Савчук/. – СПб; Изд-во РХГА.- 2013. -350 С.
5. Ященко Л.Є. Інфографічний формат представлення вивідної інформації в аналітичному документі для керівника / Л.Є.Ященко // Мат. 7 Міжн.наук.- практ.конф. «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХІ століття». – Одеса. - ОНПУ.- 2015.- С.186-191.
6. Ященко Л.Є. Від текстового формату до інфографічного: філософсько-педагогічні роздуми /Л.Є.Ященко // «Гілея». Науковий вісник. Збірник наукових праць.- Нац. педаг. ун-тет ім.М.П.Драгоманова. ВГО Українська Академія наук., К., –Вип.105(№2). -2016. –С. 307-310.

**Дарія Марущак**

**Одеський національний політехнічний університет,  
Одеса, Україна**

### ТЕРМІНОСИСТЕМА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

*У даній роботі розглядаються питання функціонування та закономірності створення документа. Дослідження терміносистеми*