

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО  
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ  
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**Криштанович С. В.**

Тренінг 7

**ІНФОРМАЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ**

з навчальної дисципліни

**„КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”**

для студентів спеціальності 073 „Менеджмент”

рівень освіти – бакалавр

**“ЗАТВЕРДЖЕНО”**

на засіданні кафедри економіки,

менеджменту

“31” серпня 2020 року № 1

Зав.каф \_\_\_\_\_ Н. Ф. Павленчик

## **Тема 7. Інформація та її роль в бізнес-середовищі**

**Мета:** ознайомити студентів з поняттям інформація та її місцем у бізнес-середовищі; розглянути види інформації та джерела її отримання; зрозуміти як працює інформаційна безпека в організації.

### **Основні завдання:**

- ознайомити з сутністю поняття «інформація» та вимогами до неї;
- охарактеризувати види інформації за ознаками в організаціях;
- розглянути причини виникнення загрози інформаційній безпеці на підприємстві.

**Матеріали:** папір, ватман, фломастери, олівці, стікери, скотч.

**Обладнання та технічні засоби:** навчальна дошка, мультимедійний проектор.

**Тривалість:** 120 хв.

**Інтерактивні методи навчання:** міні-лекція, опитування по колу (два-три слова, що описують почуття), контент-аналіз, робота в малих групах, техніки «Світове кафе».

### **Міні-лекція**

Інформація є тим важливим ресурсом, що визначає розвиток кожної окремої людини як неповторної особистості, а значить, і розвиток суспільства в цілому. Принципово важливого значення інформації набуває у сучасному бізнес-середовищі, адже саме з її допомогою забезпечується ефективна взаємодія між суб'єктом і об'єктом управління.

Інформація – це повідомлення, які визначають поведінку тих чи інших об'єктів. З точки зору управлінської діяльності інформація являє собою сукупність відомостей про те, що відбувається у межах конкретної організації та в її зовнішньому середовищі. Володіння такою інформацією дозволяє керівникам різних рівнів управління добре орієнтуватися в різних складних ситуаціях та оперативно приймати управлінські рішення. Для того, щоб інформація ефективно виконувала свою роль у процесі управління

підприємством, вона має відповідати низці вимог, найважливішими серед яких є наступні:

1. Точність - означає, що інформація має об'єктивно відобразити процес функціонування підприємства.

2. Періодичність надходження - це означає, що інформація повинна надійти до користувача раніше, ніж змінилася ситуація, яку вона описує, інакше інформація просто втратить свою цінність.

3. Своєчасність (оперативність) надходження - полягає в здатності інформації задовольнити потреби користувача в потрібний момент часу і до визначеного терміну, щоб забезпечити ухвалення оптимального управлінського рішення.

4. Достатність (повнота) - означає, що кількість інформації повинна бути мінімальною, але достатньою для об'єктивної оцінки ситуації, вибору конкретної лінії поведінки й ухвалення рішення на певному рівні управління.

5. Важливість (корисність) - полягає у тому, що інформація створює сприятливі умови для ухвалення управлінського рішення та отримання бажаного результату. Це означає, що в потоці інформаційних повідомлень не має міститися даних, які не потрібні для вирішення певних завдань чи взагалі для того чи іншого рівня управління.

6. Доступність інформації для розуміння - забезпечується представленням інформації в найбільш зручній для розуміння формі.

7. Можливість порівняння - означає, що інформація має бути такою, щоб її можна було порівняти з відомостями, які були одержані з інших джерел.

**Готовність до використання** - полягає в тому, що інформація повинна бути представлена у такому вигляді, який не потребує її додаткової обробки і не ускладнює процес ухвалення управлінського рішення.

Для ефективного функціонування будь-якого сучасного підприємства особливо важливого значення набуває своєчасність надходження інформації. Як показує багаторічний досвід господарювання, часткова інформація, одержана своєчасно, є більш корисною для управління, ніж повна інформація, одержана із запізненням. Відтак, необхідно не лише володіти точною і

своєчасною інформацією, але й вміти її аналізувати, робити на її основі правильні висновки і своєчасно здійснювати реалізацію відповідних заходів за результатами такого аналізу. Існують різні види інформації (табл. 1).

Таблиця 1

### Класифікація і характеристика різних видів інформації

Ознаки класифікації	Види інформації	Характеристика
Повнота охоплення явища	Повна	Всебічно та повною мірою розкриває сутність явища
	Часткова	Відображає лише певний аспект явища, не даючи йому цілісної характеристики
	Надлишкова	Містить дані, що є зайвими і непотрібними для використання у конкретній ситуації
Період дії	Разова	Використовується лише один раз у певній специфічній ситуації
	Періодична	Застосовується та формується систематично, залежно від потреб
	Довгострокова	Використовується протягом тривалого періоду часу
Зміст	Планово/економічна	Містить дані про заплановані обсяги виробництва, реалізації і ціни, а також про собівартість, структуру витрат та інші важливі показники
	Фінансова	Відображає рух грошових коштів на підприємстві, залучення інвестицій, структуру видатків, платоспроможність, фінансову стійкість
	Облікова	Містить дані податкового та управлінського обліку щодо діяльності організації
	Бухгалтерська	Охоплює дані, що використовуються при здійсненні бухгалтерського обліку
	Технологічна	Розкриває зміст технології здійснення основних і додаткових виробничо-господарських операцій
	Довідкова	Містить загальнодоступні дані, використання яких полегшує здійснення усіх видів діяльності
	Адміністративна	Відображає дані про права, обов'язки, відповідальність, правила та процедури в організації
Рівень доступності	Достовірна	Об'єктивно характеризує певний об'єкт чи явище
	Недостовірна	Має сумнівне походження, суб'єктивне забарвлення та потребує ретельної перевірки

Згідно зі ст. 32 чинного Закону України «Про інформацію» № 2859/ZKK від 02.10.1992 року, необхідно розрізняти такі види інформації залежно від її змісту:

– *інформація про фізичну особу (персональні дані)* – відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована;

– *інформація довідково-енциклопедичного характеру* – систематизовані, документовані, публічно оголошені або іншим чином поширені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище;

– *інформація про стан довкілля (екологічна інформація)* – відомості та/або дані про: стан складових довкілля та його компоненти, включаючи генетично модифіковані організми, та взаємодію між цими складовими; фактори, що впливають, або можуть впливати на складові довкілля: речовини, енергія, шум і випромінювання, а також діяльність або заходи, включаючи адміністративні, угоди в галузі навколишнього природного середовища, політику, законодавство, плани і програми; стан здоров'я та безпеки людей, умови життя людей, стан об'єктів культури і споруд тією мірою, якою на них впливає або може вплинути стан складових довкілля;

– *інформація про товар (роботу, послугу)* – відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги);

– *науково-технічна інформація* – будь-які відомості та/або дані про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді;

– *податкова інформація* – сукупність відомостей і даних, що створені або отримані суб'єктами інформаційних відносин у процесі поточної діяльності і необхідні для реалізації покладених на контролюючі органи завдань і функцій у порядку, встановленому Податковим кодексом України;

– *правова інформація* – будь-які відомості про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику;

– *статистична інформація* – документована інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя суспільства;

– *соціологічна інформація* – будь-які документовані відомості про ставлення до окремих осіб, подій, явищ, процесів, фактів тощо.

**Інформаційна безпека** – це захищеність інформації і підприємства в цілому від навмисних чи випадкових дій, які призводять до завдання шкоди її власникам чи користувачам. Забезпечення інформаційної безпеки має бути спрямоване, насамперед, на попередження ризиків, а не на ліквідацію їх наслідків. Саме прийняття запобіжних заходів із забезпечення конфіденційності, цілісності, а також доступності інформації є найбільш правильним підходом у створенні системи інформаційної безпеки. Будь-який витік інформації може призвести до серйозних проблем для підприємства, починаючи зі значних фінансових збитків, і закінчуючи повною його ліквідацією як суб'єкта господарювання.

*Причини виникнення загрози інформаційній безпеці підприємства:* неуважність і байдуже ставлення працівників до посадових обов'язків; використання піратського програмного забезпечення; DDoS-атаки або «розподілена відмова від обслуговування»; віруси; загрози з боку власників бізнесу.

Засоби захисту інформації в бізнес-середовищі: фізичні засоби захисту інформації; базові засоби захисту електронної інформації; анти-DDoS; резервне копіювання даних; створення плану аварійного відновлення даних; шифрування даних при передаванні в електронному форматі.

## **НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

**Завдання 1.** Знайдіть у друкованих засобах масової інформації будь-які три офіційні документи. Уважно прочитайте їх і визначте найбільш типові мовленнєві звороти у кожному із них.

**Завдання 2.** Проведіть контент-аналіз web-сайту будь-якого відомого в Україні підприємства за наступними показниками: адреса сайту у мережі Інтернет (легкість запам'ятовування, відповідність основному виду діяльності підприємства); зміст і загальний вигляд головної сторінки сайту; структура сайту (перелік його основних сторінок); загальна кількість контенту (змісту) сайту. Складіть перелік основних пропозицій щодо покращення змістовного наповнення web-сайту підприємства, яке було обрано Вами для дослідження.

**Завдання 3.** Підготуйтеся до тренінгу «Менеджер із реклами», дотримуючись наступних рекомендацій: складіть усну розповідь про себе; знайдіть відомості про професію «менеджер із реклами»; подумайте, що собою являє комунікативна компетентність; визначте, яким чином Ви будете утримувати увагу потенційних роботодавців.

### **Рекомендована література**

#### **Основна:**

1. Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Т. М. Бурмака, К. О. Великих ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 69 с

2. Васильченко М.Ю, Гришко В.В. Комунікативний менеджмент : навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко.– Полтава : ПолтНТУ, 2018 – 228 с.

3. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України) : Навчальний посібник 2017 – 312 с.

4. Професійні комунікації : навчальний посібник «Ділове спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л.Ю. Тиха. – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – 112 с.

5. Тренінги з менеджменту: навчально-методичний посібник / М. І. Копитко, Л. М. Томаневич. – Львів: ЛьвДУВС, 2017. – 128 с.

6. Чистіліна Т. О. Етика та естетика : Навчальний посібник / Т. О. Чистіліна. – ЦУЛ, 2017. – 304 с.

#### **Допоміжна:**

1. Антипцева А. Комунікативний менеджмент : навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.

2. Афонченкова Т.М., Булюк О.В., Масенко Б.П., Панченко Ю.В., Федотова Н.В. Менеджмент і маркетинг туризму. Нпвч. посібник / за ред.. О.Є. Лугініна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012 -364 с.

3. Дахігг. Ч. Сила звички / Чарлз Дахігг ; пер. з англ. Ганни Лелів. – Нью-Йорк : Random House, 2012. – 400 с.

4. Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 368 с

5. Жигайло Н. І. Психологія: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів : Сполом, 2013. – 264 с.

6. Жигайло Н. І. Психологія: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів : Сполом, 2013. – 264 с.

7. Коулман П. Т. Результативний конфлікт / Пітер Т. Коулман, Роберт Фергюсон ; пер. з англ. Інна Софієнко. – 2-ге вид. – К.: Наш формат, 2017. – 312 с.

8. Криштанович М. Ф. Роль і значення досвіду формування професійно-педагогічної компетентності викладача ЗВО в США і Канаді / М. Ф. Криштанович, С. В. Криштанович // Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави : зб. тез VIII Всеукр. наук.-практ. конф. - Львів : Львівська політехніка, 2019. - С. 234-236.

9. Криштанович С. Критерії ефективності в управлінні організаційними комунікаціями / С. Криштанович, А. Бойко // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез між нар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 313-315.

10. Комунікативний менеджмент : силабус курсу освітнього ступеня "бакалавр" / розроб. Криштанович С. В. - Львів, 2020. - 6 с.

11. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник – К.: Знання, 2012.- 343 с.

12. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи / Р. О. Кушнір. – Дрогобич : Коло, 2013. – 258 с.

13. Павленчик Н. Мотиваційні критерії як елемент ефективного управління персоналом / Н. Павленчик // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 346-348.

14. Пинк Д. Драйв что на самом деле нас мотивирует / Дэниел Пинк : Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013. – 311 с.

15. Приступа Є. Н. Лекція-тренінг як форма активного навчання майбутніх менеджерів фізичної культури та спорту / Приступа Є. Н., Криштанович С. В. // Modern Science and Practice : зб. наук. пр. XV Міжнар. наук.-практ. конф. – Варна, 2020. – Р. 226–228.

16. Роберт А. Ром. Позитивная типология личности / Доктор Роберт А Ром, предисловие Зига Зиглера, 196 с.

17. Свістельник І. Р. Пошук інформації в мережі інтернет : лекція / Свістельник І. Р. - Львів, 2019. - 6 с.

18. Трейсі, Брайан. Як керують найкращі. [Як одержати максимум від себе та інших. Секрети, перевірені на практиці] / Б. Трейсі ; пер. з англ. Р. Клочка. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. – 208 с.

19. Феррацці К. Ваш надійний тил. Як налагодити зв'язки, що приведуть до успіху / Кейт Феррацці ; пер. з англ. Дмитра Кушніра. – Нью-Йорк, 2014. – 400 с.

20. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / Кейт Феррацці ; пер. з англ. Ірини Грипи. – Нью-Йорк, 2014. – 400 с.

21. Чан Кім В. Стратегія блакитного океану / В. Чан Кім, Рене Моборн. – Бостон, 2015. – 288 с.



22. Training Professional Competence of Physical Culture and Sports Managers / N. Pavlenchuk, S. Kryshtanovych, A. Pavlenchuk, M. Kryshtanovych, O. Romanchuk // Training Professional Competence of Physical Culture and Sports Managers : International Business Information Management Association Conference : 35th Conference on 1–2 April 2020. – Seville, 2020. – P. 487–497.

#### **Інформаційні ресурси інтернет:**

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
  2. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу: [www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua)
  3. Репозитарій ЛДУФК імені Івана Боберського. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>
  4. Вербальна комунікація : вікіпедія. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Вербальна\\_комунікація](https://uk.wikipedia.org/wiki/Вербальна_комунікація)
  5. Вербальна комунікація : навч. матеріали он-лайн : психологія .– Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1514020537285/psihologiya/verbalna\\_komunikatsiya](http://pidruchniki.com/1514020537285/psihologiya/verbalna_komunikatsiya)
  6. Вербальна та невербальна комунікація: навч. матеріали он-лайн : менеджмент.– Режим доступу: [http://pidruchniki.com/85119/menedzhment/verbalna\\_neverbalna\\_komunikatsiya](http://pidruchniki.com/85119/menedzhment/verbalna_neverbalna_komunikatsiya)
- Види комунікацій в організації : теорія організації та організаційна поведінка : менеджмент.– Режим доступу: [http://stud.com.ua/39779/menedzhment/vidi\\_komunikatsiy\\_organizatsiyi](http://stud.com.ua/39779/menedzhment/vidi_komunikatsiy_organizatsiyi)