

yields, weight gain and deteriorating food quality. Further studies require the determination of the pathogenic effect of helminths on the body of animals, the improvement of intravital diagnosis and the development of an effective treatment regimen for animals.

Key words: fascioliasis, invasion, cattle, liver, safety.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Авраменко Н. В., Козій Н. В., Шаганенко Р. В., Шаганенко В. С. Комплексне лікування великої рогатої худоби за фасціольозу. *Науковий вісник ветеринарної медицини*. 2019. № 2. С. 46–52.
2. Бродовський В. А. Ветеринарно-санітарна оцінка м'яса і субпродуктів отриманих від забою великої рогатої худоби ураженої фасціольозом і дикроцеліозом. *Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького*. Т. 17. № 1 (61). Ч. 2. 2015. С. 220–225.
3. Зінчук О. М., Зубач О. О., Гжегоцька Л. С., Чикайло А. Т., Коломійцев В. І., Фаюра О. П. Фасціольоз людини: труднощі діагностики та лікування. *Львівський медичний часопис. ACTA MEDICA LEOPOLIENSIA*. 2011. Т. 17. № 4. С. 68–71.
4. Поляков Н. В., Ромих В. В., Поляков В. Е. Фасциолезы. *Педиатрия*. 2016. № 2. С. 167–171.
5. Ятусевич А. И., Братушкина Е. Л., Вербицкая Л. А., Протасовицкая Р. Н., Скуловец М. В. О проблеме фасциолеза жвачных. *Ученые записки УО ВГАВМ*. Т. 46. Вып. 2. 2010. С. 214–218.
6. Кручиненко О. В. Епізоотологія гельмінтозів шлунково-кишкового тракту корів на території Полтавської області. URL: <http://archive.inenbiol.com.ua:8080/ntb/ntb8/26.pdf> (дата звернення: 01.10.2020).

УДК 004.77:338.47(477)

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ

Ю. В. Погоріла, Л. А. Ковальська

Анотація. Проаналізовано особливості інформаційно-комунікативної діяльності підприємств поштового зв'язку, зокрема визначено напрями їх роботи та основні функції (інформаційна, комунікативна). Обґрунтовано, що інформаційна діяльність є видом управлінської діяльності, яка складається з моніторингу інформації, встановлення тенденцій суспільного розвитку, виявлення сфер інтересів користувачів. Розкрито основні складові комунікативної роботи підприємств поштового зв'язку, сформульовано вимоги до інформаційно-комунікативної діяльності в сучасних умовах. Наукова стаття підготовлена для ознайомлення з діяльністю підприємств поштового зв'язку України. Стаття розкриває переваги й недоліки поштових установ. З'ясовано специфіку Укрпошти та Нової пошти.

Ключові слова: інформаційно-комунікативна діяльність, підприємства поштового зв'язку, інформаційно-комунікаційні технології.

З розвитком інформаційно-комунікативних технологій сьогодні можемо спостерігати покращення й осучаснення передачі інформації за допомогою комплексу послуг підприємств поштового зв'язку. Сучасні технології дозволили поштовим підприємствам надавати інформацію у вигляді послуги або товару в он-лайн режимі. За допомогою Інтернету набули популярності послуги доставок, а разом із ними – кур'єрські послуги. Користувач сервісу зв'язку за потреби замовляє послугу або товар й отримує їх через невеликий проміжок часу, за потреби коригує замовлення, повертає, обмінює, оплачує оф-лайн чи он-лайн, може вчасно скасувати, використовуючи комунікаційні зв'язки поштової служби.

Питання інформаційно-комунікативної діяльності на сьогодні є актуальним і отримує нові сфери застосування в суспільному та економічному житті. Дослідження питань інформаційної співпраці підприємств зв'язку та користувачів не ставало об'єктом спеціального дослідження, але тут простежуються напрями інформаційної діяльності, соціальної комунікації, економічного розвитку. Серед українських дослідників інформаційно-комунікативної діяльності можна назвати Г. Почепцова, економічна складова Л. Мрочко, Т. Павленко та інші [1–2]. Науковці наголошують, що сьогодні

комунікація і обмін інформацією є найважливішим явищем глобального комунікативного суспільства, а нові інформаційні засоби стають важливими інструментами орієнтації людини у світі та у взаємодії людей між собою.

Мета статті – розглянути інформаційно-комунікативні можливості служб поштового зв'язку на прикладі найбільших підприємств, визначити позитивні й негативні елементи діяльності установ.

Вивчення досвіду діяльності, порівняння і встановлення специфіки інформаційно-комунікативної діяльності дозволить виявити пріоритетні напрями розвитку і вдосконалення роботи підприємств зв'язку через впровадження новітніх технологій та використання комунікаційних можливостей. Поступово долаючи різні відрізки епох, суспільство отримало розвинуту поштову комунікацію високого рівня. На сьогодні не актуальним є використання гінців зі звітками князів, використання поштових голубів царської доби, «марки Посилторгу». Широкого використання набули сучасні поштові сервіси і служби доставки, зручні й інноваційні, швидкі, а головне – доступні кожному.

Варто зосередити увагу також на висвітленні понять «пошта» чи «служба доставки» крізь призму швидкості та попиту в користувача. Попитом серед молоді користуються, звісно, місцеві служби доставки товарів, тому що вони мобільніші та доступніші у світлі новітніх технологій. Тут є виправданим твердження: кілька кліків – отримуєш бажане, а особлива комунікаційна роль тут в можливостях Інтернету (покриття, швидкість, включеність, мобільний / Wi-Fi). Поштові сервіси розроблені і передбачені для тих людей, які звикли ними користуватися. Це старше покоління громадян, консервативних поглядів люди, офіційні організації чи державні установи, які отримують повідомлення від різних інстанцій, служб, установ (як от судові попередження, повістки, попередження тощо). А також поштові сервіси сьогодні використовують ті, хто звик замовляти послуги або товари з-за кордону, наприклад, з усім добре відомого інтернет-магазину AliExpress.

Більш широке поняття – поштові сервіси, адже вони виконують більше функцій, включаючи ті, які виконують звичайні служби доставки [3].

Популярність інформаційних послуг підприємств поштового зв'язку України. Підприємства поштового зв'язку на сьогодні виконують більше функцій, ніж будь-які інші служби комунікації та задоволення інформаційних потреб. Оскільки вони надають універсальні послуги поштового зв'язку, а також видають, вводять в обіг та організовують розповсюдження поштових марок, маркованих конвертів і карток, а також виводять їх з обігу в Україні.

Час-від-часу думка про те, що пошта відходить на другий план, змушує шукати альтернативи, заміну поштовим сервісам. Проте для того, щоб пошта не втратила першість в користуванні, потрібне тотальне оцифровування державного апарату країни – утворення єдиної «е-пошти» у вигляді додатку, за допомогою якого можна буде повноцінно, наприклад, оплачувати комунальні послуги. Це стане вищою сходинкою розвитку поштового сегменту. Досвід європейських країн є доказом того, що така система дієва, проте потребує часу, грошових витрат, а головне – повної націоналізації. Націоналізація потрібна для того, аби громадяни користувалися додатком на підсвідомому рівні, як і раніше до оцифровування, і не використовували інші, запропоновані сучасними банками. Важливим аспектом уніфікації є державне гарантування безпеки обробки даних в онлайні, відповідальність за надання послуг, убезпечення від онлайн шахраїв, діяльність і контроль з боку кіберполіції тощо.

На цей час програма цифровізації розглядається лише теоретично, на практиці ми відвідуємо поштові установи, які також розвиваються. Україна за 2020 рік піднялася аж на сім позицій у глобальному рейтингу розвитку поштових послуг. За даними Всесвітнього поштового союзу, зараз вона посіла 30-те місце в рейтингу за рівнем розвитку поштових послуг серед 170-ти представлених країн світу [3].

Таблиця 1 – Рейтинг розвитку поштової служби у світі

№	Країна	На цей час	Додано
...
25	Естонія	62,01	+1,75
26	Молдова	61,88	-0,67
27	Таїланд	60,86	+1,13
28	Фінляндія	59,60	-1,37
29	Сербія	58,97	+4,57
30	Україна	58,64	+2,53
31	Литва	58,57	-0,89
31	Угорщина	58,48	+4,13

Україна зміцнила свої позиції завдяки високій якості послуг, розвиненій мережі відділень та інфраструктури, завдяки високому попиту і звичці населення в користуванні сервісом, стійкістю до зовнішніх шоків. Рівень розвитку поштової служби країни оцінюється за 100-бальною шкалою. Показник України – 58,64 пункту, що на 2,53 пункту більше, ніж у минулорічному рейтингу [4].

Отже, можна підвести невеликий підсумок, що національна поштова служба зміцнила свої позиції й надалі користується попитом.

Інформаційно-комунікативна діяльність Укрпошти. Після отримання незалежності, Україна повинна була налагодити власну поштову мережу, що й вдалося зробити досить ефективно враховуючи наявну матеріально-технічну базу. Укрпошта надає послуги поштового зв'язку з пересилання поштових карток, листів, бандеролей, простих та рекомендованих на всій території держави. Укрпошта – це акціонерне товариство, державне підприємство, яке підпорядковується Міністерству інфраструктури України та є національним оператором поштового зв'язку з 1994 року.

Національна комісія з питань регулювання зв'язку встановлює універсальні послуги поштового зв'язку та граничні тарифи. Широке розповсюдження підприємства Укрпошти дозволяє налагодити співпрацю з іншими національними поштовими підприємствами країн СНД, країн Європи, Азії тощо.

Укрпошта була сформована через поділ поштового зв'язку та електрозв'язку (електронні пошти) на різні частини ще у 1990 роках. Вона є акціонерним товариством, тому це підприємство повністю належить державі й знаходиться в списку стратегічних підприємств країни. Це свідчить про інформаційну та економічну захищеність підприємства, його фіксованість, надійність, яке й викликає довіру користувачів.

До переліку найбільш використовуваних послуг інформаційно-комунікативного спрямування можна віднести пересилання простих і рекомендованих поштових карток, листів, бандеролей, широкий спектр рекламних та фінансових послуг, послуги з передплати та розповсюдження періодичних друкованих видань, виплата пенсій та інші комерційні послуги [3].

Доставляючи споживачам пошту, пенсії, періодичні видання АТ «Укрпошта» виконує важливу інформаційну місію. Такі послуги є класичними в сфері послуг, але з розвитком технічних можливостей і технологічного вдосконалення суспільного життя виникає необхідність спрощення взаємодії з користувачами, розширення послуг через мережу інтернет. Інформаційна та комунікативна діяльність підприємства повинна розвиватися через ІТ-сферу й оцифровуватися.

Сучасні інформаційно-комунікативні послуги компанії зв'язку Нова Пошта. Незважаючи на те, що на сьогодні Нова Пошта є популярною службою доставки, молоде покоління активно почало використовувати послуги в повсякденному житті, оцінило зручність та швидкість, і все завдяки інтернету та ЗМІ. Для клієнтської аудиторії в Новій Пошті зараз немає обмежень, ними стають люди різного віку і соціального статусу, які бажають отримати замовлений товар як українського виробника, так й іноземного.

На відміну від Укрпошти, яка не має власного приміщення для зберігання товарів та документів, Нова Пошта зберігає товари на складах, їх комплектує і надсилає замовникам. Вона дає змогу обробляти грошові перекази й операції з електронними грошима тощо.

Загалом організаційна структура компанії та специфіка її адміністрування представлена мережею менших підприємств: одні займаються грошовими переказами, інші – логістикою й пов'язані з експрес-доставками закордон.

Відносно нещодавно компанія розширила мережу постачання продуктів та сервісів, стала ближчою до суспільства в роки війни на Сході України, тому що розпочала гуманітарні доставки вантажів для волонтерів, зміцнилась відповідальність за втрату й повернення товару, а саме: тепер Нова Пошта несе відповідальність за втрачений або невчасно доставлений товар, і відшкодовує збитки у розмірі, який відправник сам визначає у відділенні компанії. Компанія також підтримує «рухи здоров'я» в країні (неодноразово брала участь в марафонах). Отже, всіма силами намагається стати ближчою до суспільства й отримати першість [3].

Переважна більшість послуг, що надає Нова Пошта, є платними, не враховується гуманітарна допомога волонтерам. Беруться до уваги перевезення, засоби уникнення пошкодження товару (обмотка тощо), доставка, іноді навіть при зазначенні на сайті «безкоштовна доставка» все одно доводиться платити. Проте все ж нашу прихильність завойовує її швидкість, адже сучасна молодь не звикла чекати.

Висновок. Отже, аналіз не теоретичних вад і переваг підприємств поштового зв'язку у сфері інформаційно-комунікативної діяльності, а практична складова дозволила побачити пріоритетні напрями розвитку, оцінити їх безпеку та компетентність, використовувати інформаційні можливості інтернет зв'язку. Для ефективної інтернет-комунікації у сфері надання інформаційних послуг користувач повинен уміти використовувати інформаційні ресурси, підприємство повинно працювати з різними видами, носіями, електронними банками інформації. До соновних напрямів розвитку належать вміння здійснювати швидко і кваліфіковано пошук, відбір необхідних даних із різних джерел інформації; використовувати інформаційні ресурси мережі інтернет і локальної мережі; приймати і надсилати повідомлення електронною поштою; встановлювати комунікативні зв'язки в різних режимах зв'язку, обмінюючись інформацією. Подальшого розгляду і розвитку потребують питання, пов'язані з використанням інтернет-ресурсів і розширення послуг у різних напрямках інформаційно-комунікативної роботи (консультативна, діагностична, профілактична та ін.).

Аннотация. Проанализированы особенности информационно-коммуникативной деятельности предприятий почтовой связи, в частности определены направления их работы и основные функции (информационная, коммуникативная). Обосновано, что информационная деятельность является видом управленческой деятельности, состоящая из мониторинга информации, установление тенденций общественного развития, выявление сфер интересов пользователей. Раскрыты основные составляющие коммуникативной работы предприятий почтовой связи, сформулированы требования к информационно-коммуникативной деятельности в современных условиях. Научная статья подготовлена для ознакомления с деятельностью предприятий почтовой связи Украины. Статья раскрывает преимущества и недостатки почтовых учреждений. Выяснена специфика Укрпочты и Новой почты.

Ключевые слова: информационно-коммуникативная деятельность, предприятия почтовой связи, информационно-коммуникационные технологии.

Abstract. The peculiarities of information and communication activities of postal enterprises are analyzed, in particular, the directions of their work and the main functions (information, communication) are determined. It is substantiated that information activity is a type of managerial activity consisting of monitoring of information, establishment of tendencies of social development, revealing of spheres of interests of users. The main components of the communicative work of postal enterprises are revealed, the requirements for information and communicative activity in modern conditions are formulated. The scientific article is prepared for acquaintance with activity of the enterprises of the postal service of Ukraine. The article reveals the advantages and disadvantages of postal institutions. The specifics of Ukrpochta and Novaya Pochta have been clarified.

Key words: information and communication activities, postal enterprises, information and communication technologies.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Павленко Т. В. Економічний механізм управління інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 4(94). С. 124–129.
2. Мрочко Л. В., Пирогов А. И. Информационные потребности и интересы личности: связь и соподчинение общего и частного. *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. № 3 (11). 2016. С. 125–129.
3. Укрпошта. URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua> (дата звернення: 12.10.2020).
4. Рейтинг розвитку поштової служби у світі. URL: <https://ua-news.liga.net/economics/news/ukraina-pidnyalasya-na-sim-pozitsiy-u-globalnomu-reytingu-rozvitku-poshtovih-poslug> (дата: 12.10.2020).

УДК 004.89:316.7

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Р. Ю. Широков, М. О. Єнік

Анотація. Роботу присвячено аналізу і прогнозуванню результатів соціологічних досліджень за допомогою розробленої інтелектуальної системи, розбору основних проблем та методів їх вирішення, що виникають у процесі обробки інформації різних форматів соціологічних даних. Виконано визначення поняття «соціологічних досліджень» та проаналізовано важливість коректної адаптації структури заповнення результатів досліджень. Продемонстровано пріоритетні методи обробки «сирих» соціологічних даних для подальшого їх аналізу та прогнозування. Розроблено інтелектуальну систему на мові програмування Python з інтерфейсом аналізу та прогнозування результатів соціологічних досліджень методами аналітичної екстраполяції, а саме ступеневого поліному, та нейронних мереж.

Ключові слова: соціологічне дослідження, інтелектуальна система, екстраполяція, нейронні мережі.

Вступ. У висвітленні основних стадій практики та теорії соціологічних досліджень основним є взаємозв'язок соціального життя та галузей соціуму, які можуть бути як спорідненими між собою, так і кардинально різними за типами та сутністю специфіки вибраної методології соціологічного дослідження.

Проаналізувавши вислови у світоглядах соціологів ХХ століття, таких, як Талкотт Парсон, Сорокін П. О., необхідно орієнтуватися на розподіл соціології, як предмет теоретичного та практичного характеру, в яких теоретична складова вивчає явища взаємодії людей з точки зору *суцього* (аналітику, генетику та механіку). Практична ж складова розрахована на вивчення явища з погляду *належного* (включає основні положення соціології як соціальної політики).

Методологією називають систему принципів наукового дослідження. Саме методологія визначає, якою мірою зібрані факти можуть служити реальною і надійною основою об'єктивного знання. Тому терміном «методологія» прийнято позначати сукупність дослідницьких процедур, технік і методів, включаючи прийоми збору і обробки даних [1, с. 8; 2].

Проблематикою, у загальному вигляді, можна підкреслити пізнання соціологічних досліджень у співвідношенні теоретичних та емпіричних методів і форм. Розглянувши детальніше ці поняття, можна сформулювати їх визначення: теоретичні методи дослідження є сходженням від абстрактного до конкретного за допомогою формалізації, гіпотетичного методу, аксіоматичного методу та створення. Емпіричні методи розгортаються від спостереження, експерименту, вимірювання та обмеження. Розбивши на цикл можна отримати замкнуте коло чинників: спостереження – індукція – дедукція – перевірка – оцінка.

Метою наукової роботи є аналіз вже існуючих інтелектуальних систем аналізу та прогнозування соціологічних досліджень, розбір понять та сутностей досліджень, як