

### Список використаних джерел:

1. Голубьонкова О.О., Лозовська Г.М. Сучасні тренди маркетингу ресторанних послуг *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 175–179. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/35.pdf>
2. Іванова Л.О., Вовчанська О.М. Соціальні мережі як чинник посилення впливу маркетингу на лояльність клієнтів ресторанних закладів. *Інтелект XXI*. 2019. № 2. С. 38–44.
3. Лазебник Ю.О., Івасенко М.Г. Методологічні засади дослідження соціальних медіа у ресторанному бізнесі як інструменту протидії наслідкам COVID-19. *Проблеми економіки*. 2020. № 1(43). С. 152–158.
4. Українці назвали найпопулярніші соціальні мережі. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraintsy-nazvali-samye-populyarnye-sotsialnye-1582734412.html>

**Кирпа Ю.Ю.**

*студент,*

*Національний транспортний університет*

## **КОНСОЛІДАЦІЯ ЕЛЕКТРОННИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ МУЗЕЇВ**

Консолідована інформація – це «загальнодоступні відомості», спеціально відібрані, проаналізовані, оцінені та, можливо, реструктуризовані та перепаковані з метою обслуговування одних негайних рішень, проблем та безпосередніх потреб визначеної клієнтури чи соціальної групи, котрі в іншому випадку можуть бути не в змозі ефективно отримувати доступ до цих знань та використовувати їх у великій кількості документів або в оригінальній формі. Критерії відбору, оцінки, реструктуризації та перепакуння цих знань походять від потенційної клієнтури [2, с. 148].

Консолідація інформаційних ресурсів музеїв збільшує цінність інформації для користувачів наступним чином:

1) Це допомагає приймати рішення та вирішувати проблеми. По мірі того, як обсяг інформації, що подається особі, яка приймає рішення, дедалі більше консолідується, її цінність зростає. Наприклад, резюме має трохи більше значення в порівнянні з оригінальним документом. Злиття уривків з ряду документів може мати ще більше значення. Оцінена

інформація додатково збільшує цінність, тоді як дослідження, що стосуються такої теми, як огляди, сучасний рівень, дослідження ринку, статистичні зведення та кореляції, значно збільшують це значення. Інформація з найбільшою цінністю – це інформація, яка надає альтернативні варіанти узагальнення з усіх джерел, дає рекомендації щодо прийняття рішень або вирішення проблеми. Переваги для користувачів полягають у наступному:

- оскільки інформація дедалі більше виражається повсякденною мовою та соціальними та культурними рамками користувача, для цього користувача вона збільшується;

- оскільки інформація все більше упаковується таким чином, що полегшує її використання, її цінність зростає.

Загальними перевагами, пов'язаними з консолідацією інформаційних ресурсів музеїв є:

- підвищення ефективності передачі інформації;
- заохочення до інтенсивного використання інформації у різноманітних розвивальних заходах;
- збільшення кола потенційних користувачів шляхом виконання інформаційних вимог до оціненої та синтезованої інформації.

2) Відгуки виконують дві основні функції:

- історичні або предметні функції та
- сучасні або пов'язані з користувачем функції [1, с. 1817].

Історичні функції пов'язані з розвитком теми. До них відносять:

- експертну оцінку опублікованої літератури та вибір тих предметів, які варто зберегти в літературі;

- збір інформації з різних джерел та розміщення їх у належній перспективі;

- ущільнення існуючих знань, тобто вилучення нової інформації лише з різних джерел та залишення інших деталей, таких як методологія, обговорення або вже відома інформація;

- заміна багатьох розкиданих документів на один. Часом замінюють первинні документи як письмові записи;

- відгуки, критично досліджуючи стан з тієї чи іншої теми, пропонують напрямки для подальших досліджень;

- огляди, об'єднавши різні роботи, можуть визначити появу нової області.

Сучасні або пов'язані з користувачем функції оглядів – це функції, вигідні окремому користувачеві. Цими функціями є:

– функція поточної обізнаності: допомагає людям бути в курсі поточних подій у власній тематиці чи сусідній тематичній галузі без необхідності переглядати масу літератури, опублікованої в першоджерелах;

– функція інформованого сповіщення: в оглядах найважливіші матеріали із повними бібліографічними деталями повідомляються особам;

– резервне копіювання для пошуку іншої інформації: відгуки з великою бібліографією служать відправною точкою для більш актуальної літератури, яка ще не розглядається в оглядах;

– функція підручника: відгуки корисні студентам для розуміння нових предметів, а також спеціалістам та дослідникам у процесі продовження навчання та отримання огляду предмету поза сферою їх спеціалізації;

– натхнення: огляди містять ідеї та пропозиції щодо подальшої дослідницької роботи;

– зворотній зв'язок: відгуки містять показник власної опублікованої роботи дослідника, оскільки кожен первинний документ оцінюється та відбирається експертом для включення до огляду;

– сприяння перехресному заплідненню ідей: огляди в сусідніх областях допомагають перехресному заплідненню ідей та сприяють дослідженню в нових областях.

3) Для оцінки рецензій, крім загальних критеріїв, необхідно застосовувати конкретні критерії через подвійну функцію, тобто історичну та інструктивну функції рецензій. Таки критеріями виступають:

– Повнота: ступінь охоплення предмету та літератури з цього питання.

– Перспектива: ступінь доцільності як щодо даної теми, так і для даної аудиторії.

– Аналіз: ґрунтовність, глибина і широта аналізу; Ступінь зіставлення інформації з різних джерел та ступінь оцінки, що застосовується для аналізу.

– Синтез: ступінь ущільнення та складені відносини; ступінь заміни попередньої інформації та літератури з цього питання; і ступінь оцінки, що застосовується в синтезі.

– Додана вартість: визначення спеціальностей, що виникають; Впровадження нових гіпотез або теорій та пропозиції щодо майбутньої роботи тощо.

– Утиліта: ступінь, в якій огляд може виконувати різні функції, як зазначено вище [3, с. 16–21].

4) Огляди, найсучасніші звіти та звіти про тенденції – це продукти Інституту консолідованої інформації, засновані на огляді первинної літератури, опублікованої з певної теми. Всі три продукти не повідомляють про оригінальні дослідження. Традиційні «критичні» огляди описують історію розвитку теми чи теми протягом певного періоду часу. Такі огляди мають історичну або бібліографічну спрямованість.

Звіти про тенденції дають систематичний огляд останніх подій та сучасних тенденцій досліджень у певній галузі. Основною метою звіту про тенденції є короткий виклад основних тенденцій у певній галузі досліджень на основі аналізу літератури, опублікованої на цю тему протягом певного періоду часу, який варіюється від двох до п'яти років і більше. Основні відмінності можна перерахувати наступним чином (див. табл. 1):

Таблиця 1

**Огляд останніх подій та сучасних тенденцій досліджень  
консолідації інформаційних ресурсів музеїв у зіставному аспекті**

№ з/п	Огляди	Найсучасніші звіти	Звіти про тенденції
1	Виконання історичної функції	Відсутність історичної функції	Відсутність історичної функції
2	Підготовлено предметним експертом	Підготовлено професіоналом з інформаційних технологій зі знанням предмету	Підготовлено професіоналом з інформаційних технологій зі знанням предмету
3	Часом замінює первинні документи як письмовий запис	Не замінює первинні документи	Не замінює основний документ

5) Планування та підготовка технічного дайджесту консолідації інформаційних ресурсів музеїв включає наступні етапи:

– ідентифікація користувачів та їх інформаційних вимог;

- джерела інформації та її збір;
- аналіз та консолідація інформації;
- оцінка;
- презентація та верстка;
- поширення [1, с. 1831–1842].

Узагальнюючи, можемо зазначити, що невикористання або відносно менше використання існуючої літератури в науці і техніці, охороні здоров'я, бізнесі, освіті та суміжних галузях зумовлене не лише великою кількістю літератури та розповсюдженням інформації в різних джерелах, але й той факт, що інформація, що міститься в них, не упаковується у форму, корисну для різних груп користувачів. Користувачі різних рівнів потребують відповідної інформації, яку вони можуть легко зрозуміти, засвоїти та використовувати з певною мірою впевненості та надійності в рамках свого робочого середовища. Іншими словами, користувачам потрібна консолідована інформація, упакована у форму, яку вони можуть негайно використовувати. На визнання цієї потреби вийшов ряд продуктів Інституту консолідованої інформації, найважливішими з яких є огляди, найсучасніші звіти, звіти про тенденції та технічні зведення, ефективно впровадження яких має орієнтуватися на відповідну цільову аудиторію.

### **Список використаних джерел:**

1. Koehler N., Naumann T. & Vajna S. Supporting the Modeling of Traceability Information. Proceedings of the DESIGN 2014 13th International Design Conference. Dubrovnik, 2014. P. 1811–1842.
2. Seetharama S. Information Consolidation and Repackaging. New Delhi: Ess Ess Publication, 1997. 268 p.
3. Visualizing Knowledge and Information: An Introduction. Knowledge and Information Visualization / Tergan S.-O.; Keller T. Springer Berlin Heidelberg, 2005, p. 1–23.