

політико-правові аспекти» висвітлюється позиція влади, політичних партій та громадських організацій, думки експертів, а також матеріали для дослідження конституційних процесів зарубіжних країн.

Серед замовників інформаційно-аналітичної продукції НЮБ – найвищі та регіональні управлінські структури, наукові установи, громадські організації.

На сайті Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського в рубриці «Національна юридична бібліотека» пропонуються також багато юридичних інформаційних ресурсів, які подають правову електронну інформацію, зокрема, повні тексти 89 журналів і збірників наукових праць з проблем держави і права та юридичних наук; 4,5 тис. текстів авторефератів дисертацій з правової проблематики, захищених в Україні; 27 тис. реферативних записів про публікації вітчизняних фахівців з юридичної тематики; а також інші юридичні інформаційні ресурси (електронний каталог, повнотекстові ресурси, бібліографічна довідка); нормативні акти України в бібліотечній та суміжній галузях (Закони України, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, тощо); нормативні акти України та міжнародні документи з проблеми дотримання авторських прав та питань інформаційної безпеки.

З 2012 року Національна юридична бібліотека має свою сторінку у популярній соціальній мережі Facebook, де оперативно та достовірно в режимі on-line подає свіжу інформацію про новини в законодавчій сфері, законопроекти та юридичні консультації для користувачів Facebook.

Таким чином, НЮБ НБУВ проводить величезну роботу з надання правової інформації в контексті забезпечення сучасних потреб громадянського суспільства.

Отже, підсумовуючи результати нашого дослідження, можна зробити висновки, що на сучасному етапі розвитку громадянського суспільства в Україні, важливу роль в правовому інформуванні громадян відіграє Національна юридична бібліотека НБУВ, яка надає правову юридичну допомогу та юридичні консультації для підвищення рівня правової та правозахисної культури громадян.

Давидова Л.В.

аспірант,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

УНІВЕРСИТЕТСЬКЕ ВИДАВНИЦТВО ЯК СОЦІОСИСТЕМА І ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ

Із організаційно-управлінського погляду видавництво, видавничо-господарська організація є соціально-господарським формуванням, суб'єктом певного соціоекономічного середовища, а його діяльність підпорядковується притаманним часу, соціоекономічним умовам, етнокультурним традиціям. Усе це позначається на особливостях його структури, добору кадрів, визначає місце в загальній системі і функціональну специфіку.

Як соціально-економічна організація, об'єкт–суб'єкт управління видавництво підпорядковане загальноуправлінській культурі, властивим галузевій специфіці і ситуативним управлінським тенденціям.

Університетське видавництво можна розглядати як соціосистему, основні складники якої – «люди, їх зв'язки, взаємодії та взаємовідносини, норми і цінності» [1, с. 531], не випускаючи з поля зору неспростовного факту його функціонування в межах масштабнішої соціосистеми, якою є вищий навчальний заклад.

Організація як соціальне утворення виробничого характеру є підприємством. Університетське видавництво – квазіорганізація і квазіпідприємство, оскільки воно структурно, організаційно, фінансово-економічно несамодостатнє: не є виокремленою структурною одиницею, не має самостійного балансу, банківського рахунку, не функціонує в режимі самоуправління й економічного ризику.

Ознаками організації є загальновідома мета діяльності; множина осіб або суборганізацій; структурована взаємодія між складовими частинами організації; поділ праці; ієрархія; планування внутрішньої і зовнішньої діяльності; заміність персоналу [2, с. 129].

Певною мірою університетське видавництво цим критеріям відповідає, однак стосовно нього виправданіший класифікаційний термін – «суборганізація», створена цілеспрямовано й усвідомлено, покликана координувати і регулювати спільну діяльність людей задля досягнення конкретних цілей, стимулювати процеси і виконавців. Йому також притаманні ієрархічна структура, формалізація відносин, чіткий розподіл соціальних і технологічних ролей. Єдина особливість – організаційна підпорядкованість і відносна управлінська самодостатність.

Формальна організація діє на основі статуту, університетське видавництво – на основі положення. Однак горизонтальний поділ праці, її спеціалізація, ієрархія функцій і посад, стандартизоване ділове спілкування йому також притаманні. Реальність для університетського видавництва – неформальні, товариські взаємини, наявність «малих» груп і сегментованих інтересів.

Формальна та неформальна структури університетського видавництва також відображають взаємозв'язки підрозділів і ланок, психологічні особливості працівників, і є складною системою людських відносин.

Певною мірою університетське видавництво слід розглядати як соціотехноекономічну систему, зорієнтовану на виробництво продукції (випуск видань різних видів) або послуг (редагування, коректура, розробка дизайн-концепції, верстання).

Виробничо-господарську організацію характеризують організаційно-правова форма, організаційна форма управління; організаційна та виробнича структура, система управління (менеджменту) з власною організаційною структурою [2, с. 132].

Університетське видавництво за всіма чинниками обов'язків і необхідностей є виробничо-господарською структурою, за чинниками можливостей, прав і свободи маневру йому бракує повноцінності, самостійності і самодостатності.

Отже, університетське видавництво як виробничо-господарська організація є поєднанням залежності і відносної автономності, зумовленої особливостями функціонування, формальної і неформальної структур, свідомої координації дій для досягнення мети і підпорядкованості меті адміністративно-управлінського центру. Не завжди його базовою метою є отримання прибутку, що позначається на мотивації та організаційно-управлінських аспектах його діяльності.

Видавництво є відкритою системою. До ключових властивостей відкритих систем науковці і практики відносять цілісність, одноосібність, перспективність, незалежність, спеціалізованість та ін. [3, с. 41].

Як відкрита система університетське видавництво взаємодіє із зовнішнім середовищем, яким значною мірою є університетські структури. Повноцінний вихід у конкурентне зовнішнє середовище – важлива проблема його функціонування і, за певних обставин, сильний стимулювальний чинник його розвитку. Перевагу, як правило, мають університетські видавництва, укомплектовані універсальними працівниками, кожен із яких володіє й унікальними вміннями.

Діючи як соціально-господарська організація, сучасне університетське видавництво прагне сформувати «сильні маркетингові позиції», «системні маркетингові знання» й «маркетинговий образ видавництва» [4, с. 15, 29, 257], що є запорукою ефективних дій в умовах високої конкуренції на ринку наукової і навчальної книги.

Список використаних джерел:

1. Соціологія: підручник / За ред. В. Г. Городяненка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 544 с. (Альма-матер).
2. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник. Вид. 2-ге, випр., доп. / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с. (Альма-матер).
3. Кузьмін О. Є. Менеджмент: навч. посіб. для самостійної роботи студента / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, Н. Я. Петришин. – К.: Академвидав, 2012. – 296 с. (Серія «САМ!»).
4. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. / В. І. Теремко. – К.: Академвидав, 2009. – 272 с. (Серія «Альма-матер»).

Derkachova T.O.

Student,

Supervisor: Khymytsia N.

Ph.D., Assistant Professor,

National University Lviv Polytechnic

THE INTRODUCTION OF ELECTRONIC DOCUMENT CIRCULATION IN UKRAINE

Today one of the priorities is the development of the information society, which can be defined as focused on the interests of the people. Open to all and aimed at building innovative model of high-tech society where every citizen has the ability to create and collect information and knowledge, they have free access, use and share.