

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
WYŻSZA SZKOŁA HOTEŁARSTWA I GASTRONOMII (Познань, Польща)

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ІНФОРМАЦІЯ ТА СОЦІУМ»

(08 червня 2018 р.)

Вінниця – 2018
ДонНУ імені Василя Стуса

УДК 001.102:316.3(06)

I-74

Голова редакційної колегії:

О. М. Анісімова – завідувач кафедри інформаційних систем управління ДонНУ, д-р екон. наук, професор.

Члени редколегії:

Гомотюк О. Є. – завідувач кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету, д-р іст. наук, професор;

Ковальська Л. А. – доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. іст. наук, доцент;

Лукаш Г. П. – професор кафедри інформаційних систем управління, д-р філол. наук, професор;

Новікова Катерина – доктор соціології, ад'юнкт на факультеті суспільних наук Варшавського університету природничих наук, PhD in Sociology;

Прігунов О. В. – старший викладач кафедри, заступник декана факультету з профорієнтаційної роботи та інформаційної діяльності;

Щербіна О. С. – відповідальний секретар, доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. екон. наук;

Яворська Т. М. – доцент кафедри інформаційних систем управління, канд. пед. наук, доцент.

I-74 Інформація та соціум: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції / редкол.: О. М. Анісімова (голова), О. Є. Гомотюк та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. 2018. 84 с.

У матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено теоретичні, методичні, методологічні та прикладні аспекти наукових досліджень напряму документознавство та інформаційна діяльність, а також їхнє застосування в діяльності закладів, підприємств та установ.

Розраховано на науковців, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів, фахівців виробничої сфери, що займаються питаннями організації інформаційного та документаційного забезпечення основної і допоміжних сфер діяльності підприємств усіх галузей економіки.

УДК 001.102:316.3(06)

© Колектив авторів, 2018

© Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТ–ЕКОНОМІКА–БІЗНЕС	6
<i>Анісімов Д. О.</i>	
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	6
<i>Зінченко О. А., д-р екон. наук, професор, Савчин А. С., Галушка А. В</i>	
ОСНОВИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	7
<i>Коваш Лилия, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента</i>	
ОЦЕНКА УРОВНЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В КАЧЕСТВЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА В МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	9
<i>Свистільник В. Ю.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИПУ	11
<i>Серіков А. В., канд. фіз.-мат. наук, професор</i>	
УПРАВЛІНСЬКА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЗАЦІЇ ЯК ЗБУДНИК НОВИХ ЗАПИТІВ ДО ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	13
<i>Снісарчук І. В.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЗВО	15
<i>Стихи Людмила, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента</i>	
РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В НАПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ	16
<i>Філіпішин І. В., д-р екон. наук, доцент, Гулий Д.В.</i>	
ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	18
<i>Щербіна О. С., канд. екон. наук,</i>	
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	20
<i>Курченко Т. Є., канд. іст. наук, доцент, Юрченко О. А., канд. іст. наук, доцент,</i>	
ДОСВІД ДАНІЇ У ЗБЕРІГАННІ ТА ВИКОРИСТАННІ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ.....	22
СЕКЦІЯ 2 ІНФОРМАЦІЙНА ПЛАТФОРМА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, МАРКЕТИНГ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ	25
<i>Кіськов В. В.</i>	
СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОФІЛЮ ..	25
<i>Поліщук І. І., канд. екон. наук, доцент,</i>	
ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	26

Прігунов О. В.

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА 28

СЕКЦІЯ 3 СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТНІ СИСТЕМИ..... 31

Kateryna Novikova, PhD in Sociology

PORTFOLIO WORKER IN THE PLATFORM ECONOMY: POSSIBILITIES OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS AND THEORIZATION 31

Анісімова О. М., д-р екон. наук, професор

ЗМІНИ У ДОКУМЕНТУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 33

Василенко В. Ю.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ 34

Литвинська С. В., канд. філол. наук, доцент, Бурля О. В.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ «FACEBOOK», «TWITTER» ТА «INSTAGRAM» ЯК СУЧАСНІ КАНАЛИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ..... 37

Юрченко В. О., канд. іст. наук, доцент

ДОКУМЕНТУВАННЯ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧИХ НОВАЦІЙ 39

СЕКЦІЯ 4 АРХІВНА ТА БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ..... 42

Бездрабко В. В., д-р іст. наук, професор

ДО ДИСКУСІЇ ПРО АРХІВНИЙ МЕТОД 42

Ковальська Л. А., канд. іст. наук, доцент

РЕТРОСПЕКТИВНА ІНФОРМАТИВНІСТЬ АРХІВНИХ ДЖЕРЕЛ УКРАЇНИ..... 43

(1941-1945)..... 43

Шевченко О. В., д-р соц. ком., доцент

ДО ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІБЛІОТЕК ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ..... 46

Яворська Т. М., канд. пед. наук, доцент

ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 48

СЕКЦІЯ 5 БЕЗПЕКА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ 50

Дячков Д. В., канд. екон. наук, доцент

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 50

Кирилишен Я. В., канд. екон. наук, доцент

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ MOBILE-FIRST ДЛЯ РОЗРОБКИ САЙТІВ 52

СЕКЦІЯ 6 ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

54

Василичев Д. В., канд. екон. наук, доцент, Василичева В. Г.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ ІТ-ПРОДУКЦІЄЮ..... 54

Вернигора О. І.

ТРЕНДИ 2018 РОКУ У СФЕРІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ..... 56

Грінберг Л. Ф., канд. іст. наук, доцент

ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ..... 58

Анісімова О. М. д-р. екон. наук, професор, Денисова К.О.

SWOT-АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ELECTRONIC DATA INTERCHANGE В ТРАНСПОРТНИЙ СЕКТОР 60

Добровольська В. В., канд. наук з соц. комун., доцент

ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ..... 63

Лаврентьєва Л. В.

ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА..... 65

Сиволап Л. А., канд. екон. наук, доцент

ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 67

Січко Т. В., канд. техн. наук, доцент,

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 68

Хачатрян В. В., канд. екон. наук, доцент

АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ..... 69

Шикова Л. В., канд. екон. наук

ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ЗЕМЛЕУСТРОЇ..... 71

СЕКЦІЯ 7. ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЇ ТА СОЦІУМУ 74

Лукаш Г. П., д-р. філол. наук, професор

ІСТОРИЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОВНОГО РИТУАЛУ СЛУЖБОВИХ ЛИСТІВ 74

Куц О. П., канд. філол. наук, доцент

ХАРАКТЕРИСТИКА УСТАЛЕНИХ ЗВОРОТІВ І ШТАМПІВ У ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТАХ ХХ СТОЛІТТЯ..... 76

Тур О. М., канд. філол. наук, доцент

СПОСОБИ УНІФІКАЦІЇ ДОКУМЕНТОЗНАВЧОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ..... 78

Чередник Л. А., канд. філол. наук, доцент

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРИЙОМУ СУГЕСТІЇ У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ 80

Добровольська К. А.

АКТУАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ..... 83

АКТУАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ

Функціонування вітчизняних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України безпосередньо залежить від здійснення ними виробничо-комерційної діяльності, яка максимально використовує як можливості, що виникають у зовнішньому середовищі, так і ті, що створюються завдяки внутрішнім ресурсам підприємств. Сучасні ринкові відносини вимагають від підприємств постійного пошуку шляхів посилення своїх конкурентних позицій, що досягається чітким орієнтуванням на ефективне використання всіх наявних у підприємства можливостей, у тому числі і за рахунок нематеріальних активів. Особливого значення використання торговельних марок, товарних знаків та брендингу набуває в маркетинговій діяльності українських підприємств, що обумовлено станом попиту і пропозиції.

Теоретико-методологічні засади формування та управління брендами висвітлювали у своїх працях та вітчизняні вчені, як: Д. Аакер [1], Т. Амблер, Л. Балабанова, Дж. Бернетт, О. Білан [2], Т. Григорчук, С. Ковальчук, Ф. Котлер, Я. Ларіна, Ю. Марчук, О. Зозульов [3], В. Парсяк, Є. Ромат, Т. Любаренко, Т. Поліщук, В. Саветін, С. Хамініч, О. Шаманська та ін. Питання формування різноманітних ланцюгів у сфері маркетингового і логістичного розподілу розглядали у своїх працях такі науковці, як: Дж. Р. Сток, Д. Ламберт, Дж. Ментцер, Є. Крикавський, Н. Чухрай, О. Сумець, Д. Журихіна, К. Таньков, О. Гірна, М. Ковалев, М. Парфьонов, В. Щербаков, А. Парфьонов та ін.

В процесі ґрунтовного аналізу праць встановлено, що більшість науковців зосереджують увагу саме на концепції управління ланцюгами поставок. Натомість, стан і ступінь розробленості питань щодо формування і управління виробничо-торговельними ланцюгами підприємств, а також брендингу в цих ланцюгах не знайшли достатнього відображення в сучасній науковій літературі. Вміле застосування українськими підприємствами теорії і практики брендингу може стати запорукою посилення їх ідентифікації на ринку, а отже, укріплення їх конкурентних позицій і, як наслідок, підвищення прибутковості та ефективності їх функціонування. Як свідчить досвід зарубіжних країн, істотно посилити конкурентні позиції підприємств на ринку може здійснення їх діяльності в межах логістичних або маркетингових ланцюгів.

Теоретичні та практичні дослідження у царині брендингу, а також напрями підвищення ефективності діяльності підприємств за рахунок утворення різноманітних об'єднань і кластерів, неодноразово висвітлювали у свої працях вітчизняні економісти. Проте необхідно зазначити, що лише незначна їх частина присвячувала свої дослідження власне визначенню ролі брендингу у формуванні відповідних ланцюгів, а з позицій оцінювання ролі брендингу у підвищенні ефективності маркетингової діяльності виробничо-торговельних ланцюгів це питання у вітчизняній науковій літературі взагалі не висвітлювалось.

В ході дослідження проведено декомпозицію складових виробничо-торговельного ланцюга, який, на відміну від існуючих підходів, враховує не лише складові господарської діяльності підприємств, але і можливість створення у кожній ланці ланцюга додаткової корисності для споживача, що дозволяє отримати максимальний ефект для всіх учасників виробничо-торговельного процесу.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд – лидерство: новая концепция брендинга. М.: Изд. Дом Гребенникова, 2003. 380с.
2. Білан О. Застосування брендингу: переваги і недоліки // *Вісник НУ "Львівська політехніка"*. 2009. № 648. С. 231-235.
3. Зозульов О., Нестерова Ю. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві // *Економіка України*. 2008. №3. С. 4-11.

Наукове видання

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ІНФОРМАЦІЯ ТА СОЦІУМ»

(Вінниця.)

*Редакційна колегія не несе відповідальності за точність викладених
у публікаціях фактів та даних.*

Редактор Л. О. Серікова
Технічний редактор О. К. Гомон

Підписано до друку 21.10.2018 р.

Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Друк – цифровий. Умовн. друк. арк. 5,25
Тираж 50 прим. Зам. № 142

Донецький національний університет імені Василя Стуса
21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру
серія ДК № 5945 від 15.01.2018 р.