

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

І науково-практичної Інтернет-конференції

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ,
УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

20 лютого 2014 року

м.Рівне

ББК 65.050 УДК 33.05 Ф 79	Формування ефективної моделі управління підприємствами, установами та організаціями: Матеріали I науково-практичної Інтернет-конференції. – Рівне.: – 2014. – 130 с.
--	---

Програмний комітет:

Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна, к.е.н., доцент, декан факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Юськів Богдан Миколайович, д.політ.н., к.е.н., професор кафедри економічної кібернетики.

Барановський Сергій Віталійович, к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики.

Микитин Тарас Миронович, к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту.

Сілкова Галина Василівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри документальних комунікацій.

Жук Вікторія Михайлівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Хомич Сергій Васильович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики.

Трачук Людмила Федорівна, к.і.н., доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Трало Ірина Миколаївна, викладач кафедри менеджменту.

Кукушкін Олег Миколайович, викладач кафедри документальних комунікацій.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 26.03.2014р.)

заходів щодо охорони довкілля і раціонального використання природних ресурсів. Вона також безпосередньо орієнтована на визначення характеру різних порушень при відхиленні виробничого процесу від соціально-екологічних нормативів з точки зору можливого виникнення проблемних ситуацій у майбутньому, а також на оцінку диспропорцій між виробництвом товарної продукції, послуг і екологічно значущими проблемами охорони довкілля для підприємства, регіону і суспільства в цілому. ЕЕД вимагає відповідного порівняння системи натуральних і вартісних показників. Отримана при цьому інформація про можливі зміни якості навколишнього середовища й екологічну стійкість біогеоценозів під впливом господарської діяльності дозволяє виділити найбільш істотні чинники у відтворювальних процесах і оцінити їх вплив на довкілля, зробити раціональний вибір природоохоронних заходів чи внести зміни в сам виробничий процес. Еколого-економічний ситуаційний аналіз природоохоронної й екологічної діяльності підприємства спрямований на виявлення можливості її регулювання і передбачає дослідження інформації з метою з'ясувати, де виникли порушення у сфері екологічної діяльності й на якому виробничому рівні вони перебувають.

Екологічний маркетинг – комплекс заходів ринкового характеру, що виконуються виробниками, споживачами, державними органами і світовою спільнотою, скерованих на зменшення деструктивного впливу господарської діяльності на довкілля. Концепція екологічного маркетингу полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні вироби або послуги, які економічно ефективні й екологічно безпечні у виробництві, споживанні й утилізації. Необхідність екологічно орієнтованого стратегічного і маркетингового планування на підприємствах визначається такими складовими організаційно-економічного механізму регулювання природокористування й охорони довкілля: функціонуванням і розвитком системи платного природокористування; впровадженням і перспективами розвитку ринково орієнтованих екологічних і фінансових важелів і стимулів екологізації виробництва, включаючи забезпечення екобезпеки підприємств; розвитком ринку екологічних товарів і послуг; можливістю впровадження системи екологічного страхування; активізацією ролі громадськості у вирішенні регіональних і галузевих екологічних проблем. Розроблення і реалізація середовищезахисних заходів може бути сферою маркетингового екологічного планування. Планування технологічних процесів виробництва продукції на основі багатоцільових середовищезахисних заходів, які також забезпечують поліпшення еколого-економічних показників діяльності підприємства, охоплює традиційну сферу маркетингового планування. Розвиток ринку екологічних послуг також сприятиме розвитку маркетингового екологічного планування, у рамках якого розробляються заходи щодо надання екологічних послуг, їх руху, збуту і цін на ці послуги.

Особливість екологічного маркетингу на рівні підприємства полягає в тому, що його не можна розглядати ізольовано від системи маркетингу підприємства. Функції екологічного маркетингу може виконувати система екоменеджменту підприємства. Концепція такої інтегрованої ефективності – поєднання процесів діяльності з виробництва товарів, ціноутворення, розповсюдження товарів і стимулювання, спрямованих на виявлення, обслуговування, задоволення споживачьких потреб для досягнення цілей, що стоять перед товаровиробником, із максимально можливим підвищенням якості життя, у першу чергу екологічної чистоти або якості. Екологічний маркетинговий аналіз на підприємстві передбачає: аналіз екологічно орієнтованої кон'юнктури ринку оцінку можливості побудови екологічно орієнтованої моделі господарського розвитку виробничої системи; аналіз виробництва, просування та реалізації екологічно орієнтованих товарів і послуг.

Список використаних джерел

1. Екологічна економіка та управління природокористуванням: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника та к.е.н., проф. М.К. Шапочки. – Суми:ВТД «Універсальна книга», 2007. – 759 с.

УКД 338.45

Веремчук І.С., Пашніна А.О.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Постіндустріальна доба розвитку економіки визначається якісно новими умовами функціонування соціально-економічних систем. Один із найавторитетніших дослідників менеджменту П. Друкер у своїх останніх працях висловив думку, що різноманіття принципів і форм організації бізнесу, багатогранність

варіацій існування і розвитку економічних організацій дають підстави визнати, що світ перебуває в «епосі без закономірностей»[1].

Для позначення принципово відмінного від попередньої фази розвитку економіки з'явився термін «нова економіка». Посилення інтелектуальної природи бізнесу викликає безупинний процес впровадження нових виробничих та управлінських технологій, що є визначальним чинником підвищення його результативності й ефективності.

Постіндустріальна економіка - це економіка, в якій промисловість за показниками зайнятості і своєї частки в національному продукті поступається місцем сфері послуг, а сферою послуг є переважно обробка інформації [2].

Постіндустріальна економіка характеризується значною динамічністю. Ринки, виробництво та конкуренція характеризуються надшвидкими змінами структури попиту, технологій, продуктів і послуг, правил гри, складу компаній-конкурентів тощо. Ще однією характерною рисою є інноваційність. Інновації охоплюють усі сфери бізнесу та орієнтують підприємства на безперервний пошук нових технологій виробництва продукції, роботи з інформацією, способів управління та маркетингових заходів. Інноваційність, як здатність компанії змінюватися, складає основу її головної конкурентної переваги. В умовах нової економіки провідною у забезпеченні доходності і прибутковості бізнесу стає роль спеціалізованих знань. Підприємства, що спрямовують достатню суму інвестицій у розвиток НДКР та застосування їх результатів у створенні нових продуктів і послуг, отримують очевидну перевагу інноваційно-технологічного випередження конкурентів [3].

Зазначені вище тенденції постіндустріальної економіки зумовлюють об'єктивні зміни в процесах розвитку підприємств.

1. Постіндустріальне суспільство ґрунтується на використанні якісно нового ресурсу, що проявляється через реалізацію творчого потенціалу особистості. Характерними рисами постіндустріального підприємства є унікальність основного фактора виробництва та мультиплікаційне перевищення результатів над витратами.

2. Постіндустріальна економіка характеризується введенням інформаційних технологій у виробництво, торгівлю та послуги, а також розвиток комп'ютерної мережі Інтернет, що є базою для створення мережесистем підприємств й мережевого інтелекту. Інформаційні та мережні технології визначають технологічний спосіб виробництва, який формується техніко-економічними відносинами разом з виробничими силами.

3. Довгостроковий успіх підприємства неможливий лише на основі правильно сформульованої стратегії. Базова стратегія змін має обиратися за критерієм максимізації стратегічної стійкості підприємства в процесі сталого розвитку.

4. Особливо важливу роль у підвищенні цінності та вартості бізнесу в умовах нестабільного зовнішнього середовища відіграє вплив організаційної культури на створення і розвиток людського капіталу підприємства. Організаційна культура значною мірою визначає економічну модель розвитку бізнесових інституцій та характер їх взаємозв'язку з владними інститутами.

5. Організаційними формами розвитку постіндустріального підприємства стають складні бізнес-утворення, об'єднані у кооперативні, мережеві структури, вертикальні та горизонтальні контракти, кластери. Це відстежується на різних галузевих ринках з різним ступенем інтелектуалізації праці та інформатизації виробництва – від галузей інформаційних технологій та мобільного зв'язку до електроенергетики і сільського господарства[4].

Отже, перехід суспільства від індустріального до постіндустріального або інформаційного періоду розвитку, накладає свій відбиток на багатьох аспектах економічних взаємовідносин. За таких умов відбуваються відповідні зміни в принципах управління підприємством. Постіндустріальна економіка не просто створює якісно нові умови до підприємств, вона висуває інші завдання, вимагає пошуку нових шляхів конкурентоспроможності, нових підходів до управління. Така економіка ініціює появу нових типів організацій. Щоб стати або залишатися лідером, підприємствам недостатньо власних ресурсів, необхідно пристосуватися до нової культури співпраці з клієнтами, постачальниками і навіть конкурентами, впроваджувати нові виробничі та управлінські технології.

Список використаних джерел

1. Друкер Ф. П. Рынок: как выйти в лидеры. Теория и практика. (Предпринимательство и инновации. Практика и принципы). — М: Book chamber international, 1992. — 352с.

2. Акмаєва Н. В. Сучасні аспекти економіки України / Н. В. Ак-маєва, Ю. М. Кравченко // Зб. наук. пр. "Економіка: проблеми теорії та практики". — Дніпропетровськ : Наука и образование.—2013.—Вип.39.—Режим доступу:http://www.rusnauka.com/16NPRT_2013/Economics_47721.doc.htm.
3. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / О.В. Раєвнева // Н.-д. центр індустр. пробл. розвитку НАН України, Харк. нац. екон. ун-т. — Х.: ІНЖЕК, 2010. — 493 с.
4. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. А. Чухно. — К. : Логос, 2011. — 631 с.

УДК 336.13:005.936.3

Гоголь Т.В.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне використання фінансових ресурсів підприємства значною мірою залежить від раціонального перебігу процесу розроблення та реалізації управлінських рішень у сфері взаємовідносин суб'єкта підприємницької діяльності з навколишнім економічним середовищем, тобто від досконалості управління.

Управління фінансовими ресурсами підприємства – це самостійна система інструментів, методів і форм розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із процесами формування, розподілу та використання фінансових ресурсів підприємства з метою досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства [1,с.34].

Важливим елементом організації управління фінансовими ресурсами підприємства є його інформаційне забезпечення. Найважливіше питання, яке виникає під час пошуку необхідної управлінської (фінансової) інформації, формулюється так: яка інформація є важливою і яка розумна плата за неї? Щоб відповісти на це запитання, треба визначитися з тим, чого допоможе досягнути кожне з інформаційних повідомлень, тобто яким буде дохід від їх використання в процесі управління фінансовими ресурсами підприємства. Приріст доходу в цьому випадку і буде тією максимальною грошовою сумою, яку було б доцільно заплатити за інформаційну послугу. Цінність додаткової фінансової інформації має особливе значення під час проведення аналізу альтернативних варіантів управлінських рішень, які реалізуються в системі управління фінансовими ресурсами підприємства.

Вагомою інформацією для управління фінансовими ресурсами є обсяги залучення у господарський оборот позичкового капіталу у вигляді банківських кредитів та інших позичок. Помилковим є твердження, що повна відмова підприємства від використання кредитів свідчить про його високу фінансову стійкість. Саме залучення у необхідних розмірах кредитних ресурсів створює для підприємства умови максимально ефективного використання фінансових ресурсів. Завжди довгострокові кредити та капітальні вкладення допомагають підприємству прискорити процес розвитку своєї матеріально-технічної бази темпами, які випереджають темпи накопичення для цих цілей власних фінансових ресурсів. За всіх умов підприємство повинно дбати про певний рівень своєї фінансової незалежності, фінансової стійкості, тобто не допускати залучення фінансових ресурсів у розмірах, які перевищують його власні фінансові ресурси, бо в такому разі воно стає неспроможним покрити свої фінансові зобов'язання власними коштами.

Організаційна структура системи управління фінансовими ресурсами суб'єкта, що господарює, а також її кадровий склад, можуть бути побудовані різними способами з урахуванням розмірів підприємства і виду його діяльності. Для великої компанії найбільш характерне відокремлення спеціальної служби, яка управляється віце-президентом із фінансів, тобто фінансовим директором і, як правило, включає бухгалтерію і фінансовий відділ. На невеликих підприємствах роль фінансового менеджера зазвичай виконує головний бухгалтер.

Сьогодні підприємство при організації адекватній часу фінансової роботи стикається з великими труднощами. Досвід успішно працюючих фірм показав, що найкоротший шлях вирішення цієї проблеми залежить від керівника підприємства. На даний час визнання одержали два підходи до реорганізації фінансової служби фірми: 1) якщо керівник – професійний фінансист, то він сам координує реорганізацію фінансової служби. Це оптимальний варіант, але у вітчизняній практиці це скоріше виняток, ніж правило; 2) керівник, який розуміє задачі і функції сучасної фінансової служби фірми, але не будучи професійним фінансистом, не знає тонкощів цієї професії, залучає сторонню організацію для постановки і впровадження на практиці необхідної моделі організації фінансової роботи [2,с.135].

ЗМІСТ

Дем'янович М.М., Пелех О.Б.Конкурентоспроможність продукції хлібопекарської галузі.....	3
Дем'янчук А.О., Князевич А.О.Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризиків та невизначеності	4
Дендебера К.О., Машта Н.О.Особливості інтегральної оцінки конкурентоспроможності страхових компаній	5
Єфімчук А.І.Дослідження перспектив використання біомаси для потреб комунального господарства	7
Забейда К.О., Димченко Н.С.Антикризові стратегії	8
Іванюк І. М., Підцерковна Х. В.Формування зон прибутку як ефективний механізм стратегічного управління підприємством (за методикою А. Сливозького)	10
Кобилянська Т., Савченко О.Р.Особливості функціонування та розвитку енергетичних підприємств на прикладі тзов «РЗВА-Електрик».....	11
Кузик І.С., Машта Н.О.Аналіз раціональності харчування студентів факультету документальних комунікацій та менеджменту РДГУ	13
Максимчук І.Р., Марценюк В.В.Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства	15
Малицький С.Л., Нікшич С.М.Клієнтоорієнтованість як стратегічний чинник конкурентоспроможності підприємств.....	16
Микитин Р.О., Савченко О.Р.Факторний аналіз комерційної діяльності підприємств Івано-Франківської області з реалізації непродовольчих товарів (фанерних листів)	18
Мокрик А. В., Орлов О. Г.Інвестиційна привабливість України, сучасний стан, та шляхи її підвищення	19
Нікшич С.М.Параметри оцінювання при проектуванні логістичних центрів	20
Пелех О.Б.Антикризова політика Польщі під час світової економічної кризи 2007-2008 років	22
Підцерковна Х.В.Гідрографічний чинник формування міських поселень у Волинському регіоні.....	23
Рибачук Т.Л.Оцінка якості надання туристичних послуг.....	25
Савченко О. Р.Тенденції економічного стану та розвитку підприємств Рівненської області.....	26
Сяська О.В.Німецький досвід управління водокористуванням	27
Трало І.М.Європейський досвід просторового планування в контексті транскордонного співробітництва	29
Турченко Г.Я., Шимко О.В.Механізм формування та реалізації стратегії розвитку підприємства	30
Шимко О.В.Конкурентні переваги як рушійний механізм формування стратегії торговельного підприємства	31
Щесюк С.В.Особливості взаємодії та розвитку туристичної індустрії та територіальних громад	33
Юхименко-Назарук І.А.Інституційні наукові дослідження з бухгалтерського обліку в Україні	34
Березюк Т. П.Виникнення та еволюція економічної психології	36
Берташ Б.М., Чмара С.В.Соціально-економічна оцінка території Дермансько-Острозького національного природного парку	37
Берташ Б.М.Роль еколого-економічного обґрунтування створення природно-заповідних територій.....	39
Брітченко І.Г., Князевич А.О.Проблеми формування національної інноваційної системи України.....	39
Бобровський А.Л., Вакуленко Л.О.Екологічний аудит підприємства	41
Бобровський А.Л., Величко А.Складові еколого-економічної оцінки виробництва.....	41
Веремчук І.С., Пашніна А.О.Функціонування підприємств в умовах постіндустріальної економіки	42
Гоголь Т.В.Інформаційне забезпечення як важливий елемент організації управління фінансовими ресурсами підприємства.....	44
Димченко Н.С.Рефлексивні механізми процесів прийняття рішень	45
Довга Ю.О., Пашніна А.О.Особливості мотивації персоналу на підприємстві	46
Дучинська А.С., Хижнякова Н.О.Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства	48
Євтух Ю. В., Березюк Т. П.Поняття культури управління	49
Жабчик О.В., Хижнякова Н.О.Аналіз збутової діяльності підприємства	50
Юскович-Жуковська В. І.Особливості трансферу технологій у США	52
Юскович-Жуковська В. І.Франчайзинг як технологія успішного бізнесу	52
Загинея К.М., Марценюк В.В.Брендбук як інструмент впливу на формування іміджу фірми.....	54
Кордан М.М., Трало І.М.Особливості формування комплексу маркетингу на торговельних підприємствах в сучасних умовах	55
Літвінчук Д.Ф., Димченко Н.С.Удосконалення системи підготовки персоналу в екскурсійній сфері України: проблеми та перспективи розвитку	56
Лукомська О.І.Рівень економічної освіти як індикатор ефективного розвитку ринку праці в Україні	57

Мартинюк Р.В., Орлов О.Г.Перспективи диверсифікації господарської діяльності підприємств (на прикладі ДП «Авіком Рівне»).....	59
Марценюк В.В.Особливості розвитку ринку продукції птахівництва в Україні	60
Микитин Т.М. Маркетинг дистанцій: світовий досвід і перспективи використання в Україні	632
Нагулко В.О., Шимко О.В.Аутсорсинг як ефективний інструмент оптимізації ремонтного обслуговування виробництва	63
Орлов О. Г.Технологія прийняття управлінського рішення.....	64
Рубаха О.В., Сяська О.В.Управлінське консультування та його вплив на розвиток підприємства	65
Сабо С.Ю., Юхименко-Назарук І.А.Тайм-менеджмент в сучасному світі	67
Степанчук О.С., Машта Н.О.Стандарт обслуговування – запорука успішного управління підприємством	68
Теселько Т.В., Сяська О.В.Найефективніший стиль управління туристичною фірмою	69
Фесюк Т. М., Березюк Т. П.Суть та особливості життєвого циклу туристичного продукту	71
Хижнякова Н.О.Суб'єкти екологічного менеджменту та їх взаємодія	72
Черніговець Т.І.Тайм-менеджмент як фактор оптимізації професійної діяльності помічника керівника	73
Ющук М. В., Підчерковна Х. В.Особливості оподаткування підприємств туризму в Україні.....	75
Браташук К.О., Юськів Б.М.Місячне планування відвантаження продукції підприємства хімічної промисловості.....	77
Буханевич К.С., Гладун Л.О.Моделювання конкурентної надійності торгового підприємства на основі оцінки його потенціалу	79
Денишук П.М.Необхідність створення формальної моделі процесу розрахунку навчального навантаження ВНЗ	80
Діденко Ю. Ю., Шпортько О. В.Сучасні науково-практичні підходи до стратегічного управління ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».....	81
Кичук А.О., Юськів Б.М.Оперативне планування постачання нафтопродуктів на автозаправній станції.....	82
Красін М.А.Задачі оптимального управління неперервними системами та підходи до їх розв'язку.....	84
Красіна Я. М., Гладун Л.О.Моделювання маркетингової стратегії інформаційного бізнесу	86
Липінська Т.В.Механізм функціонування системи збору та особливості адміністрування єдиного соціального внеску	87
Паламарчук О.С.Аспекти інноваційного розвитку України	88
Паламарчук О.С.Характеристика існуючих методик розрахунку індексів інноваційного розвитку	90
Пляшко О.С.Сутність та концептуальні засади конкурентоспроможності людських ресурсів.....	91
Романюк С.Б.Особливості ціноутворення в оптовому торговельному підприємстві	92
Свистун Т.Л.Модель процесу формування організаторської компетентності менеджерів в умовах студентського самоврядування	94
Синюк О.І., Гладун Л.О.Синергетичне моделювання економічного зростання та її практичне застосування в економіці	95
Стрільчук Р.М.Доцільність використання антикризових засад в управлінні стратегічними можливостями підприємства в сучасних умовах	96
Шпортько О. В.Моделювання ймовірностей елементів блоків арифметичних кодів в процесі прогресуючого стиснення зображень без втрат	99
Юськів Б.М.Особливості інформаційного забезпечення проектів транскордонної співпраці України та Білорусі.....	100
Антонюк І. О.Система електронного документообігу як чинник оптимізації діяльності органу державної влади.....	102
Бабенко Ж. В.Формування системи інформаційного забезпечення споживачів бізнес-інформації в Україні.....	103
Бордюк В.М.Людський фактор при запровадженні електронного документообігу в органах місцевого самоврядування	104
Брень І. М., Крет Р. М.Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення законотворчих процесів Верховної Ради України: організаційно-технологічний аспект	106
Бучковська О.Ю.Інформаційне забезпечення розвитку місцевого самоврядування	107
Дибач Ю. І., Попчук О. В.Робота зі зверненнями громадян як напрям діяльності органів державної влади	107
Іванчук А. В., Крет О. В.Теоретичні аспекти формування особистісного іміджу	108
Каращук О.М., Сілкова Г.В.Інформаційно-аналітичні документи як компонент веб-сайтів органів державної влади.....	109

Карпюк Д. В. Особливості ідентифікації електронних ресурсів в якості документно-інформаційних об'єктів мережі Інтернет	109
Корбутяк В. І. Підвищення якості державного управління на основі сучасної електронізованої інформаційно-аналітичної системи	110
Костенко М. С. Вітчизняний документний потік з проблем культури та мистецтва в контексті бібліометричного аналізу	112
Крет О. В., Крет Р. М. Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення управління	113
Кукушкін О. М. Основні суб'єкти інформаційного менеджменту природокористування на регіональному рівні	115
Павлюк М. А., Шпортько О. В. Інтеграція інформаційної системи підприємства з інтернет-ресурсом для забезпечення віддаленого доступу до бази даних та ефективної взаємодії з клієнтами засобами веб-технологій	115
Пасічник Л. П. Інформаційний аналіз як необхідний етап науково-дослідної роботи	116
Пашніна А. О. Особливості впровадження автоматизованих інформаційних систем обліку на підприємстві	118
Попчук О. В. Професійна культура документознавця як чинник ефективності інформаційно-аналітичного забезпечення	119
Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управлінської діяльності	121
Трачук Л. Ф. Колекції повнотекстових документів в інформаційному забезпеченні користувачів обласних універсальних наукових бібліотек	122
Хомич С. В. Технологія розробки мобільних додатків на базі платформи ІС: Підприємство 8.3	123
Чехомський А. В. Особливості тестування програмного забезпечення	124
Шатрова М. Б. Повнотекстові історико-культурні фонди в електронному середовищі бібліотек	125
Ясьмо В. Д. Інформаційні технології в дистанційному навчанні студентів	126

Наукове видання

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ, УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

Матеріали І науково-практичної Інтернет-конференції

20 лютого 2014 року

м.Рівне

Відповідальні за випуск:

Микитин Т.М., Хомич С.В.

Комп'ютерна верстка:

Романюк С.Б., Паршина М.Т.