

**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**

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

**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.)

Конкурентоспроможність людських ресурсів виступає індикатором відповідності фізіологічних, професійно-кваліфікаційних, освітніх характеристик умовам найму робочої сили на ринку праці, що відображають кон'юнктуру попиту та пропозиції на робочу силу певної якості, та, відповідно, обумовлюють ступінь інтенсивності конкуренції на ринку праці.

У якості субстанції конкурентних переваг на ринку праці розглядають робочу силу, трудовий потенціал, управлінський потенціал, людський капітал або ж механізм приведення конкурентних переваг робочої сили (здатності до праці) у функціонуючий стан [3].

Такі підходи знаходять своє відображення в теоретичних дослідженнях рівнів прояву конкурентоспроможності і є взаємодоповнюючими, а не полярними.

Конкурентоспроможність на ринку праці оцінюють на таких рівнях:

- *індивідуальний* – охоплює конкурентоспроможність працівника (як потенційного, так і вже зайнятого) через набір показників та якостей, які визначають переваги їх носія в системі трудових відносин по відношенню до інших учасників. В цьому розрізі доцільне виокремлення критеріїв потенційної та реальної (ринкової) конкурентоспроможності людських ресурсів і виділення її *мікро-* (*корпоративного*) рівня, для якого характерне поєднання як реалізованих якостей людського потенціалу окремого працівника та трудового колективу, так і умов організаційного середовища, обумовлених вимогами та обмеженнями роботодавця

- *мезорівень* – визначається конкурентоспроможність людських ресурсів регіону (галузі). Основними оціночними показниками є кількісно-якісні характеристики людських ресурсів (рівень освіти, здоров'я, ресурси робочого часу), результативність та ефективність праці (зокрема, валова додана вартість, доходи працівників, продуктивність праці, ефективність праці, використання робочого часу), умови праці, найму, витрати на розвиток людських ресурсів;

- *макрорівень* - охоплює конкурентоспроможність людських ресурсів держави за зведеними показниками демографічної, соціальної, освітньої, інноваційної політики держави.

На індивідуальному та мікро- рівнях об'єктом конкурентоспроможності виступає людина з її потенціалом, а для досліджень конкурентоспроможності на мезо- та макрорівнях – узагальнені показники людського потенціалу, процесу та результатів праці. Основним мотивом конкурентоспроможності (незалежно від рівня) є очікуваний економічний результат: зарплата, додана вартість, ВВП, який, власне, і формує конкурентні переваги і є показником якості ресурсу.

Список використаних джерел

1. Разнодежина Э.Н. Человеческие ресурсы: их роль и значение// Управление экономическими системами.– 2011.– №1 (25). – Режим доступа: <http://uecs.ru/economika-truda/item/308-2011-03-25-09-52-07>
2. Янченко Е.В. Конкурентоспособность человеческих ресурсов в системе трудовых отношений современного общества// Вестник Томского государственного университета.–2001.- №2(343).– с.163-169.
3. Сотникова С.И. Управление конкурентоспособностью персонала./ С.И. Сотникова, Е.В. Маслов, С.Ю. Глазырин.– Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2006. – 245с.

## УДК 338.51

Романюк С.Б.

### ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ОПТОВОМУ ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Цінова політика є не тільки однією з головних складових систем управління доходами торговельного підприємства, але й найважливішим механізмом, що забезпечує багато пріоритетів його економічного розвитку.

Цінова політика впливає на обсяги господарської діяльності торговельного підприємства, формування його іміджу у покупців, рівень фінансового стану. Крім того, цінова політика торговельного підприємства є дієвим інструментом конкуренції на ринку.

Специфіка торгової діяльності, яку необхідно враховувати при формуванні цінової політики підприємства, визначається наступними моментами:

1. Торговельні підприємства не можуть самостійно формувати рівень цін на товари. Основи цінової політики на споживчому ринку формує його виробник, тому торговельні підприємства орієнтуються на цінову політику виробника.

2. Ціноутворення на торговельному підприємстві включає в себе і витрати пов'язані із наданням послуг клієнтам.
3. Предметом цінової політики торговельного підприємства виступає не ціна товару, а торгова надбавка.
4. Торговельне підприємство формує самостійно торгову надбавку.
5. Оптовому підприємству потрібна певна частка прибутку на покриття витрат щодо транспортування, зберігання, упакування товарів, оформлення замовлень, торгової реклами та інших видів витрат, а також отримання доходу.

Оптові торгові підприємства прагнуть вставити таку ціну, щоб максимізувати свої прибутки.

Процес встановлення ціни на товари, що реалізуються оптовим торговим підприємством, включає шість етапів:

1. Постановка завдань ціноутворення залежить від того, що є на меті у торгового підприємства: забезпечення виживання чи максимізація прибутку.
2. Визначення попиту на товар. При визначенні попиту на товар необхідно оцінити обсяги продажів при різній ціні. При цьому врахувати, що на попит впливає не тільки ціна, але й рекламна кампанія.
3. Оцінка витрат підприємства. Витрати в оптових підприємствах можна поділити на змінні витрати, які прямо залежать від обсягів реалізації, та постійні витрати, які не залежать від обсягів діяльності підприємства.
4. Аналіз цін на товари конкурентів. Встановлюючи торгову націнку до ціни товару, що реалізується, крім власних витрат на придбання і зберігання товарів на складах, потрібно врахувати також ціни конкурентів на аналогічний товар, що реалізується.
5. Вибір методу ціноутворення. Слід зазначити, що існує декілька методів встановлення цін на товар. Один з них полягає в підсумовуванні середніх витрат плюс прибуток. Це найбільш простий метод ціноутворення, який передбачає визначення відповідної націнки до ціни товару. Розміри цих націнок можуть варіюватися залежно від виду товару. Інший метод розрахунку ціни заснований на визначенні безбитковості підприємства, тобто визначенні необхідного прибутку. Розрахунок ціни за такою схемою передбачає побудову графіка безбитковості, на якому представлені загальні витрати й очікувані надходження при різних обсягах продажів. Ще одним методом встановлення цін є облік поточних цін, що склалися. При цьому підприємство за основу ціни на товар бере ціни конкурентів і не звертає уваги на власні витрати. Ціни можуть бути встановлені вище або нижче за рівень цін основних конкурентів.
6. Встановлення остаточної ціни. На цьому етапі потрібно врахувати сприйняття покупцями цін на товари.

Під час процесу ціноутворення потрібно врахувати всі етапи, а також застосовувати різні методи ціноутворення, краще всього поєднуючи.

Оптовому підприємству потрібно встановлювати різні надбавки на товари. Надбавки краще встановлювати на кожен товарну групу окремо. При встановленні надбавки потрібно врахувати категорію виробника та якість товару. Незважаючи на те що ціна від виробника є основною складовою ціни продажу, рівень торгової надбавки не повинен від цього залежати. Можливо, що при низькому рівні ціни на товар від виробника, може бути сформований високий рівень торгової надбавки, і, навпаки - при високому рівні ціни виробника торговельні підприємства часто обмежуються низьким рівнем торгової надбавки.

Також потрібно врахувати можливість використання цінових знижок при продажі товару. Розмір знижок повинен залежати від характеру операцій, умов продажу та платежу, взаємовідносин з покупцями. Оптовому підприємству вигідно надання знижки, оскільки цим він заохочує покупців можливістю її використання, а також спонукає до постійної співпраці.

У сучасних умовах часто буває так, що цінова політика підприємств є недостатньо розробленою, вмщує багато помилок, що у кінцевому підсумку може призвести до прийняття неправильних рішень. Багато підприємств вбачає сутність власної цінової політики лише у тому, щоби покрити витрати та отримати певний прибуток. Причому деякі підприємства намагаються продати свій товар якнайдорожче, не враховуючи попиту та цін конкурентів. Такий підхід свідчить про відсутність необхідного досвіду та знань у питаннях ціноутворення. Тому є важливим вивчати різноманітні варіанти цінової політики підприємства, особливості, умови, сфери, переваги і недоліки їхнього використання.

Список використаних джерел

1. Іванова Н. Ю. Економічна теорія управління фірмою. – Київ: Центр учбової літератури, 2010.
2. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення. – Київ: МАУП, 2004.

УДК 378.18

Свистун Т.Л.

### **МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАТОРСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

Розвиток ринкових відносин в Україні, активне залучення її у світовий економічний простір зумовлюють високі вимоги до якості і рівня професійної підготовки менеджерів. В даний час якість вищої освіти, що забезпечує конкурентоспроможність фахівця на ринку праці, пов'язують із формуванням його професійної компетентності. Внаслідок постановки означеної проблеми, сучасна вища школа шукає такі технології підготовки майбутніх менеджерів, які б адекватно відображали майбутні умови професійної діяльності студентів.

Проаналізувавши переконання різних наукових шкіл, сучасні вимоги до особистості менеджера, особливості організаторської діяльності менеджерів, виявили важливість формування організаторської компетентності майбутнього менеджера в процесі професійної підготовки, як складової професійної компетентності. Під організаторською компетентністю майбутніх менеджерів розуміємо інтегративне утворення, що включає знання в галузі теорії і технології організаторської діяльності, вміння, необхідні для організації своєї діяльності та діяльності інших людей, організаторські якості. Під процесом формування організаторської компетентності майбутніх менеджерів вважаємо систематизоване накопичення знань та вмінь в теорії та технології організаторської діяльності, позитивних кількісних і якісних особистісних змін, що дозволяють ефективно здійснювати організаторську діяльність. Студентське самоврядування розглядаємо в ракурсі усвідомленої участі майбутнього менеджера в навчальній та позанавчальній діяльності, що не є регламентованою навчальними планами і заснованою на самостійному виборі [2]. У свою чергу, продуктивне здійснення даної діяльності майбутнім фахівцем позитивно сприятиме процесу формування його організаторської компетентності.

Організаторська компетентність майбутнього менеджера маючи складну структуру, умовно поділяється на взаємозалежні компоненти: функціонально-предметну (наявність знань про організаторську діяльність, вміння приймати адекватні рішення і делегувати повноваження), професійно-особистісну (мотивація та особистісні якості: домінантність, креативність, рішучість, відповідальність) і предметно-орієнтовану (досвід і результат практичної організаторської діяльності: вміння виявляти високу соціальну активність, активну участь у здійсненні організаторської діяльності).

Таким чином, формування організаторської компетентності в умовах студентського самоврядування передбачає вирішення наступних завдань: 1) формування у майбутнього менеджера організаторських знань і вмінь; 2) формування мотивації і особистісної орієнтації на практичне застосування набутих знань і вмінь; 3) набуття досвіду та отримання результатів практичної організаторської діяльності. У зв'язку з цим, пропонується ідея поетапного підходу до формування організаторської компетентності майбутніх менеджерів в умовах студентського самоврядування. Включення майбутніх менеджерів в організаторську діяльність відбуватиметься поступово, при відпрацюванні окремих професійних вмінь, здійсненні практичної організаторської діяльності, а також на основі тренінгових занять [1].

Перший етап - підготовчий. Метою даного етапу є підвищення теоретичних організаторських знань майбутніх менеджерів, ініціативи та мотивації до формування організаторської компетентності. Тривалість і частота проведення теоретичних занять відповідають тематичним плануванням, що надає процесу ознак цілеспрямованості і систематичності, сприяє підвищенню рівня знань теоретичного матеріалу, формуванню ціннісного ставлення до процесу формування вмінь.

Другий етап - практико-орієнтований. У процесі практичної організації різних справ, майбутні менеджери, засвоюють зміст організаторської роботи. Вони планують колективну творчу діяльність, відповідають за реалізацію виховних програм і проєктів. Процес підготовки організатора відбувається в умовах взаємозалежної корпоративної діяльності куратора і майбутнього менеджера, що забезпечує не тільки передачу знань та досвіду, а й емоційно-ціннісного ставлення до змісту і процесу діяльності. На даному етапі рівень мотивації і особистісного ставлення до здійснення даного виду діяльності підвищується за рахунок систематичного застосування організаторських знань і вмінь у практичній організаторській діяльності в рамках самоврядування і отримання перших результатів.

Третій етап - діяльнісно-результативний. Майбутні менеджери займаються організацією (підбором виконавців, розподілом обов'язків, контролем) програмних заходів по закріпленій програмі. Практичний

## 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. Сливоцького) .....	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 дестанцій: 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., Підцерковна 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.