

Министерство образования и науки Украины
Харьковский национальный университет радиоэлектроники (Украина)
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический университет» им. И. Сикорского (Украина)
Украинская академия печати (Украина)
Университет штата Гуанахуато (Мексика)
Представительство «Польская академия наук» в Киеве (Польша)
Варшавская политехника (Польша)
Белорусский государственный технологический университет (Беларусь)



PRINT
MULTIMEDIA &
WEB

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ

2-й Международной научно-технической конференции «Полиграфические, мультимедийные и web- технологии» (PMW-2017)

Том 1

16-22 мая 2017 года
г. Харьков, Украина

УДК: 004.9

Полиграфические, мультимедийные и web-технологии. Т1. Тез. докл. 2-й Международ. науч.-техн. конф. (16-22 мая 2017) / редкол.: В.Ф. Ткаченко, И.Б. Чеботарева и др. – Харьков: ХНУРЭ, 2017. – 246 с.

В сборник включены тезисы докладов, которые посвящены техническим и технологическим инновациям в производстве печатной продукции и в упаковочном производстве, информационным, мультимедийным и web-технологиям, разработке интеллектуальных систем, обработке графики и управлению цветом. Рассмотрены также вопросы маркетинга и рекламы в полиграфии, использование новых методов обучения в издательско-полиграфической отрасли, связь учебного процесса с производством.

Тезисы конференции могут представлять интерес для преподавателей, ученых, бизнесменов, издателей, специалистов издательско-полиграфической и рекламной отрасли, разработчиков мультимедийных информационных продуктов, аспирантов и студентов.

Редакционная коллегия: В.Ф. Ткаченко, И.Б. Чеботарева,
Н.Е. Кулишова, А.В. Вовк

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель

проф. Семенец В.В., ректор ХНУРЭ, Украина, Харьков

Сопредседатели

проф. Дурняк Б.В., ректор УАП, Украина, Львов

проф. Киричок Т.Ю., директор ИПИ НТУУ «КПИ», Украина, Киев

проф. Петриашвили Г., Варшавская политехника, Польша, Варшава

проф. Ткаченко В.Ф., зав.кафедрой МСТ ХНУРЭ, Украина, Харьков

Члены организационного комитета

доц. Маик В.З., проректор по научной работе УАП, Украина, Львов

доц. Зоренко Я.В., заместитель директора ИПИ НТУУ «КПИ», Украина, Киев

Неофитный М.В., генеральный директор «НИИ «Лазерных технологий», Украина, Харьков

проф. Долгова Т.А., декан факультета Принттехнологий и медиакоммуникаций Белорусского государственного технологического университета, Беларусь, Минск

проф. Гурьева Н.С., Университет штата Гуанахуато, Мексика, Гуанахуато

проф. Буланов А.К., декан факультета Полиграфии, химической технологии и автоматизации Ташкентского института текстильной и легкой промышленности, Узбекистан, Ташкент

проф. Якуцевич С., Варшавская политехника, Польша, Варшава

проф. Кашуба С., Высшая экономическая школа, Польша, Быдгощ

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

проф. Бодянский Е.В., ХНУРЭ, Украина

проф. Филатов В.А., ХНУРЭ, Украина

проф. Гребенник И.В., ХНУРЭ, Украина

проф. Ерохин А.Л., ХНУРЭ, Украина

проф. Четвериков Г.Г., ХНУРЭ, Украина

проф. Кулишова Н.Е., ХНУРЭ, Украина

проф. Соколова Л.В., ХНУРЭ, Украина

проф. Тевяшев А.Д., ХНУРЭ, Украина

проф. Шоман О.В., НТУ «ХПИ», Украина

проф. Кузнецов Ю.В., Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, РФ

проф. Кулак М.Й., Белорусский государственный технологический университет, Беларусь

проф. Кибиркштис Э., Каунасский технологический университет, Литва, Каунас

проф. Гудим В.И., Краковский политехнический университет, Польша, Краков

проф. Щерба И.М., Краковский педагогический университет, Польша

проф. Сеньковский В.Н., УАП, Украина

проф. Регей И.И., УАП, Украина

проф. Тимченко О.В., УАП, Украина

проф. Величко О.М., ИПИ НТУУ «КПИ», Украина

проф. Роик Т.А., ИПИ НТУУ «КПИ», Украина

Секретарь

доц. Чеботарева И.Б., кафедра МСТ ХНУРЭ, Украина

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. Технические и технологические инновации в производстве печатной продукции и упаковочном производстве.

BADANIA PRZEMIESZCZEŃ W PROCESIE KROJENIA OSTRZA MIMOŚRODOWEGO NOŻA KRAŻKOWEGO <i>Janicki P., Petriaszwili G., Komarov S.</i>	9
INTEGRATED EVALUATION OF THE QUALITY OF EXTRUSION PACKAGING FLEXO-PRINT <i>Manakov Volodymyr, Chebotareva Iryna, Muraviova Olena</i>	11
DEVELOPMENT OF INTERACTIVE BOOK FOR KIDS: LEARN COLORS PLAYING <i>Natalia Gurieva, Orozco Pérez Aurora</i>	13
РАСЧЕТ ЗАГРУЗКИ СТР НА ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ <i>Чеботарева И.Б., Бойко А.А.</i>	17
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАВИТАЦИОННЫХ ЭФФЕКТОВ ПРИ УЛЬТРАЗВУКОВОЙ ОЧИСТКЕ АНИЛОКСОВЫХ ВАЛОВ <i>Шмаков М.С., Бутько С.А.</i>	21
ШТРИХОВЫХ ЭЛЕКТРОПРОВОДЯЩИХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ПОЛИМЕРНУЮ ПЛЕНКУ <i>Гапошина А.Д., Баблюк Е.Б.</i>	23
АНАЛІЗ ЗАХИСНИХ ПОЛІГРАФІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СУЧАСНИХ ГРОШОВИХ КУПЮР <i>Демська А.І., Морозова Д.Ю., Бізюк А.В.</i>	26
ОПТИЧНА ГУСТИНА ЗОБРАЖЕНЬ; РОЗМИТІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ <i>Дурняк Б.В., Луцків М.М., Угрин Я.М.</i>	28
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМПОНЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ДРУКАРСЬКОГО КОНТАКТУ <i>Золотухіна К.І., Величко О.М.</i>	30
ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ <i>Капуста Т.В., Самусько Р.В.</i>	32
ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОСТАВА УВЛАЖНЯЮЩЕГО РАСТВОРА НА ЕГО РАБОЧИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ <i>Капуста Т.В., Смирнов С.Г.</i>	34
ИССЛЕДОВАНИЕ СВОЙСТВ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ <i>Капуста Т.В., Яковлев П.О.</i>	37
О ПРИМЕНЕНИИ ФЛЕКСОГРАФСКОГО СПОСОБА ПЕЧАТИ ДЛЯ НАНЕСЕНИЯ ЧЕРНАЯ КРАСКА В СТРУКТУРЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ РЕПРОДУКЦИИ <i>Костюк И.В.</i>	40
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА МУАРООБРАЗОВАНИЯ В ТОНОВОЙ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ <i>Костюк И.В., Васильев М.Г.</i>	42
ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПЕЧАТНОЙ РЕПРОДУКЦИИ <i>Костюк И.В., Фаттахова Р.Ф.</i>	44
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІСНУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ УТИЛІЗАЦІЇ ВІДХОДІВ, ЗОКРЕМА ПОЛІГРАФІЧНИХ <i>Морозов А.С.</i>	46
ПЕЧАТЬ ЭТИКЕТКИ. ОФСЕТ ИЛИ ФЛЕКСО? <i>Григорьев А.В., Самойленко С.И.</i>	48
МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ТИРАЖНОЇ ЯКОСТІ СУЧАСНИХ ДРУКАРСЬКИХ ФОРМ ПЛОСКОГО ОФСЕТНОГО ДРУКУ <i>Скиба В.М.</i>	50
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ <i>Чеботарева И.Б., Табакова И.С., Антипенко К.Д.</i>	52
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ РАСЧЕТА ПАЛЛЕТ ДЛЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Чеканов И.О., Григорьев А.В.</i>	58
ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ <i>Григорьев А.В., Щербакова Ю.А.</i>	60

Секция 2. Информационные системы и технологии в полиграфии. Интеллектуальные системы.

AUDIOVISUAL PRODUCTION AND CREATIVITY <i>Natalia Gurieva, María Fernanda Preciado López</i>	62
COMPUTER MODELING OF PROCESSES IN PRINTING HOUSE <i>Chekanov I.O., Grigoriev A.V., Zhang Zhouchang</i>	65
DATA MINING AND PROCESS MINING IN PRINTING HOUSE <i>Chekanov I.O., Grigoriev A.V., Zhu Tai Hai</i>	67
РАЗВИТИЕ ИГРОВОГО ПЕРСОНАЖА. АЛГОРИТМ НАКОПЛЕНИЯ ОПЫТА <i>Новиков Ю.С., Броцило Д.Ю.</i>	69
ВЕЙВЛЕТ-КОГЕРЕНТНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ВИЗУАЛИЗАЦИИ СЛОЖНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ <i>Дейнеко Ж.В., Золотухин О.В.</i>	71
МАРКОВСКИЕ МОДЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЙ <i>Удовенко С.Г., Дудинова О.Б.</i>	75
МОДЕЛЮВАННЯ НАФАРБЛЕННЯ ТОНОВОЇ ШКАЛИ ІЗ КРУГЛИМ ЕЛЕМЕНТОМ У КОРОТКІЙ ФАРБОДРУКАРСЬКІЙ СИСТЕМІ <i>Курка П.З.</i>	77
ОБРОБКА ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ ENEALTH <i>Манакова Н.О., Костенко О.Б., Назірова Т.О.</i>	79
ІСТ ПЕРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ УСПЕШНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМ «OPEN GOVERNEMENT» <i>Манакова Н.О., Макогон Н.В.</i>	81
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ НЕЧЕТКОГО ВЫВОДА ДЛЯ ОБРАБОТКИ ЦИФРОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ <i>Чеботарева И.Б., Недайвозова В.Г.</i>	84
СПОСОБ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ЗАКАЗОВ В РАСПРЕДЕЛЁННЫХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ <i>Егорова И.Н., Король А.Л., Парамонов А.К.</i>	87
ПРОБЛЕМА ОМОНИМИИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ЦЕПОЧЕК ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СВЯЗАННЫХ ОТНОШЕНИЕМ «ТОЛКУЕТСЯ ЧЕРЕЗ» <i>Пузик А.С., Божко И.К., Курасова В.В.</i>	89
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДОКУМЕНТАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ <i>Сенченко М.І.</i>	91
РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИЙ ПРОГРАМНИЙ КОМПЛЕКС З КЛІЄНТ-СЕРВЕРНОЮ АРХІТЕКТУРОЮ НА ОСНОВІ ВІДКРИТОГО UNIX-СУМІСНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ <i>Сокорчук І.П.</i>	94
ІНФОРМАЦІЙНА ГРІД ТЕХНОЛОГІЯ <i>Ткаченко В.П., Огірко І.В., Огірко О.І.</i>	98
ГЕНЕРАТОР СИГНАЛОВ ЗАДАНОЙ ФОРМЫ <i>Умяров Р.Я., Абдуллаев И.З., Ивлев А.А., Петулько М.С., Чумаченко М.А.</i>	100
ЭЛЕКТРОННЫЙ ТРЁХЪЯЗЫЧНЫЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ. МЕТОДИКИ РАЗРАБОТКИ <i>Четвериков Г.Г., Тищенко Е.А.</i>	102
ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ЦИФРОВОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ ЗВОЛОЖУВАЛЬНИХ РОЗЧИНІВ <i>Чуркін В.В.</i>	104

Секция 3. Мультимедийные и web-технологии. Разработка приложений для мобильных устройств. UI/UX интерфейсы.

HIDDEN RESOURCES OF CREATIVITY: COGNITIVE PARAMETERS OF WEB DESIGN IN STUDIO AND COLLECTIVE NOVEL TASK ASSIGNMENTS <i>Tirtha Prasad Mukhopadhyay, Perla Georgina Alvarez Salas, Maria Jose Resendis</i>	106
INFORMATION ARCHITECTURE FOR WEBSITE DESIGN PROCESS <i>Natalia Gurieva, Valeria Patiño, Fatima Tinoco</i>	109
OPTIMIZATION PROCESS FOR DEVELOPMENT OF DIGITAL CONTENT	

Victor H. Jimenez-Arredondo, Yibran Martinez Siu	113
USING MULTIMEDIA TECHNOLOGIES FOR DEVELOPMENT OF TABLE GAMES Bizyuk A.V., Nepochatov V.Y.	115
DEVELOPMENT OF THE FRAMEWORK FOR THE ELECTRONIC MULTIMEDIA PUBLICATION Chekanov I., Marushevskaya A.	117
АДАПТИВНА ВЕРСТКА ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ВІДВІДУВАЧІВ НА САЙТ ВНЗ Бабій О.І., Яркун В.І.	119
ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМАЛЬНЫХ ОЦЕНОК КАЧЕСТВА UI/UX НА ПРИМЕРЕ САЙТА Бизюк Е.А., Манаков В.П.	121
ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ GOOGLE ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СТРАНИЦ САЙТА Егорова И.Н., Горелова Р.А.	123
ЗАВДАННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ Бондар І.О., Грабова А.С.	125
ИССЛЕДОВАНИЕ СПОСОБОВ РАЗМЕЩЕНИЯ SVG-СПРАЙТОВ В WEB-ДОКУМЕНТАХ Егорова И.Н., Самокиш В.В.	127
СПОСІБ РОЗРОБЛЕННЯ ВИСОКОЕФЕКТИВНИХ ОДНОСТОРИНКОВИХ ДОДАТКІВ Заболотня Т.М., Малявка Є.А.	129
ПРОГРАММНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ Колесник Л.В., Усерднов М.Д.	131
ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ ВЕДЕННЯ ОНЛАЙН-ЧЕРГИ Копач С.М., Заболотня Т.М.	133
ПРО ОДИН ПІДХІД ДО ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ТЕСТУВАННЯ WEB-ДОДАТКІВ Лановий О.Ф.	135
ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА САЙТА Вовк А.В., Макогон О.О.	139
РАЗРАБОТКА UI/UX ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ В ВИДЕ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ Ткаченко В.Ф., Макогон О.О.	141
АНАЛИЗ ПРАВИЛ СОЗДАНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО UI/UX И КЛАССИФИКАЦИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЮЗАБИЛИТИ Ткаченко В.Ф., Марьенко А.Н.	143
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА В WEB-РАЗРАБОТКЕ Николаенко И.В.	145
ВИБІР АРХІТЕКТУРИ ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ ПОБУДОВИ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ Пандорін О.К.	147
БАЗОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ UI САЙТА Плотниченко Ю.Д., Бизюк А.В.	149
МЕТОДИКА УСКОРЕНИЯ САЙТА НА CMS Хорошевский А.И.	151
ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ КОМПОНЕНТНОГО ПОДХОДА ПРИ РАЗРАБОТКЕ WEB-САЙТОВ Егорова И.Н., Худолей А.Ю.	153

Секция 4. 2D и 3D-графика, графический дизайн, управление цветом.

THREE-DIMENSIONAL MODEL OF THE OPTICAL EFFECT FOR AN AUGMENTED REALITY APPLICATION Grankina V., Kulishova N.	155
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ТИПИЗАЦИИ ПАРАМЕТРОВ ЦВЕТКОРРЕКЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЙ В ПЕЧАТНЫХ ДЕТСКИХ ИЗДАНИЯХ Колесникова Т.А., Аишурова В.И.	157
ТЕХНОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ 3D СКУЛЬПТУРИ В ПРОГРАМІ BLENDER Власюк Г.Г., Левенець Н.Ф., Мешков К.	159
АНАЛИЗ АНТИСТРЕССОВОЙ ГРАФИКИ КАК ВИДА СОВРЕМЕННЫХ МАНДАЛОВ Гузенко Ю.А., Бокарева Ю.С., Бизюк А.В.	161
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ CHROMAKEY ДЛЯ РЕАЛИСТИЧНОСТИ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕХМЕРНОЙ СЦЕНЫ Дейнеко Ж.В., Кравченко М.А.	165

CFD-МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ НОСОВОГО ДИХАННЯ Єрохін А.Л., Нечипоренко А.С., Зацеркляний Г.А.	167
СПЕЦИАЛЬНАЯ ОБРАБОТКА ГРАФИЧЕСКОГО ОРИГИНАЛА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ МЕТОДОМ ВЫЖИГАНИЯ Губницкая Ю.С., Ковшарь Е.А.	171
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРЕХМЕРНЫХ ФРАКТАЛОВ В ПРОИЗВОДСТВЕ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ Челомбитко В.Ф., Кузнецова В.С.	173
ТЕХНОЛОГИЯ ПОСТРОЕНИЯ ТРЕХМЕРНЫХ МОДЕЛЕЙ АРХИТЕКТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ ПО ЧЕРТЕЖАМ Кулишова Н.Е., Подолец Я.В.	175
СОЗДАНИЕ ИГР С ПОМОЩЬЮ FLAT-ДИЗАЙНА Робул Е.А., Хлус Е.С.	177
ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ОБНАРУЖЕНИЯ И СТАБИЛИЗАЦИИ ТРЕКИНГА ДЛЯ ПРИЛОЖЕНИЙ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ НА БАЗЕ VUFORIA Кулишова Н.Е., Сучкова Н.К.	179
ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СОЗДАНИЯ АНИМАЦИЙ ДЛЯ ВЕБ-СИСТЕМ Колесникова Т.А., Чебаненко О.А.	181
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРАФИКИ В СОЗДАНИИ ШЕЙПОВЫХ КОМПОЗИЦИЙ Чередник А.В., Чередник Д.В.	183

Секция 5. Маркетинг и реклама в полиграфии.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ РЕБРЕНДИНГА НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ Колесникова Т.А., Ткаченко А.А.	185
ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ ДЛЯ УКРАИНСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ Оберемок А.Н.	187
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ Полозова Т.В., Писаревський М.Я.	190
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЙ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Соколова Л.В., Верясова Г.М.	192
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА Соколова Л.В., Колісник О.В.	194
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АКЦИДЕНТНОЙ ПРОДУКЦИИ Чеботарева И.Б., Кирий В.В., Мороз Е.С.	197
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММЫ «КАЛЬКУЛЯТОР МЕНЕДЖЕРА ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ» ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ В ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ ДЕЛЕ» Чеботарева И.Б., Чеканов И.О.	202
ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНОЇ ІНФОГРАФІКИ В СУЧАСНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ВИДАННЯХ Вовк О.В., Некрасова Н.М., Черемський Р.А.	204

Секция 6. Использование новых методов обучения в издательско-полиграфической отрасли, связь учебного процесса с производством.

АДЕКВАТНОСТЬ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ В ДИСТАНЦИОННЫХ КУРСАХ Бочаров Б.П., Воеводина М.Ю., Яковичкий И.Л.	206
ПРОЕКТ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 186	
"ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ (РІВЕНЬ "МАГІСТР") Ткаченко В.П., Бізюк А.В.	208
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ НАВЧАЛЬНО-НАОЧНОГО ЗАСОБУ З ДИСЦИПЛІНИ «ІНЖЕНЕРНА ГРАФІКА» Величко В.Л., Головачук І.П.	210
ВИДАВНИЧА СПРАВА: ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ Ганжуров Ю.С.	212
МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ОПЕРАТОРА КОМП'ЮТЕРНОГО НАБОРУ ТА ВЕРСТКИ З МЕТОЮ	

ОБНОВЛЕННЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМ <i>Гожик Л.О.</i>	214
АДАПТАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕННЫМИ ЗРИТЕЛЬНЫМИ ФУНКЦИЯМИ <i>Зорина П.Б., Зорина А.А.</i>	216
КОМУНІКАТИВНО-ГЕРМЕНЕВТИЧНА ПАРАДИГМА В ОСВІТІ ЯК ПІДґРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ <i>Калиновський Ю.Ю., Калиновський К.Ю.</i>	218
АКТУАЛЬНОСТЬ НАУКОМЕТРИЧЕСКИХ БАЗ ДАННЫХ И ПУБЛИКАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ УЧЕНЫХ ВУЗА <i>Кусмарова О.А., Скрыпник Е.А.</i>	222
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНЖЕНЕРНОМ ОБРАЗОВАНИИ <i>Лебединская А.Р.</i>	226
АДАПТАЦИЯ ШРИФТА AUTOCAD К ТРЕБОВАНИЯМ ЕСКД <i>Табакова И.С.</i>	228
ПРОЕКТ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 186 «ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ» (РІВЕНЬ «БАКАЛАВР») <i>Ткаченко В.П., Колесникова Т.А., Челомбітько В.Ф.</i>	232
ВИОКРЕМЛЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ КОМПОЗИЦІЙНОГО ОФОРМЛЕННЯ WEB- ДОДАТКУ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ <i>Хамула О.Г., Конюхов А.Д.</i>	234
МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕПОДАВАНИИ ФИЛОСОФИИ <i>Штанько В.И.</i>	237
РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВА У СИСТЕМІ: ШКОЛА, ПТНЗ, ВИРОБНИЦТВО <i>Юденкова О.П.</i>	240



БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Полозова Т.В., доцент, кафедра ЕК, ХНУРЕ

Писаревський М.Я., студент, кафедра МСТ

Сучасний етап розвитку економічних відносин в Україні характеризується падінням обсягів промислового виробництва, зниженням платоспроможного попиту на продукцію вітчизняного виробника, інфляційними коливаннями. За таких умов особливої актуальності набувають питання пошуку сучасних інструментів управління, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Одним з таких інструментів є брендінг, який представляє собою ефективний метод створення відмінних характеристик компанії та додаткових цінностей для покупця. Особливості його використання обумовлюють актуальність подальшого розвитку теорії бренд-менеджменту.

Практика підприємництва показує, що покупці більш лояльні до брендівих товарів, ніж до звичайних. Тому підприємці все частіше використовують стратегію бренд-менеджменту для просування своїх товарів і послуг.

Розвиток бізнесу, підвищення його прибутковості, зміна ролі покупця в процесі взаємодії суб'єктів ринку, орієнтація бізнес-комунікацій не так на товар і обсяги його реалізації, як на індивідуальний підхід до партнера по бізнесу в ході передачі йому комерційного повідомлення – все це вимагає додаткових досліджень суті бренду, розкриття його економічної і соціальної значущості, його матеріальних і нематеріальних активів.

Більшість сучасних наукових підходів у даному напрямку досліджень присвячена галузевим аспектам застосування брендінгу, тобто розробки та впровадження брендів окремих підприємств. Питання ж управління брендом протягом усього життєвого циклу часто залишаються поза увагою. Прикладний характер бренд-менеджменту не може не накладати свій відбиток на теоретичні і методологічні розробки. Отже, особливої актуальності набувають питання розробки і застосування нових методів залучення покупців у взаємодію з брендом, що забезпечують його ринкову силу і конкурентоспроможність компанії.

Бренд – це інструмент управління, за допомогою якого можна керувати роботою всієї організації. Бренди стали потужною зброєю, комерційною силою, вони беруть участь у формуванні та підтримці відносин, комунікаціях в системі «виробник – торговий посередник – інвестор – покупець (споживач)». Тим самим бренд, поряд з такими атрибутами, як орієнтація на довготривалі стосунки, задоволеність, збереження і територіальна близькість покупця, стає найважливішою характеристикою цінності покупця [1, 2]. Бренд бере участь в створенні у покупців комплексу асоціацій, наприклад, пізнаваності, захищеності, довіри, надійності продукту.



Бренд складається з матеріальних і нематеріальних компонентів, сукупність яких забезпечує реалізацію продукції за вищою ціною, ніж продукція без бренду, так як бренд надає продукту додаткову цінність. Сутність бренду, в зв'язку з цим, має двоїстий характер, який визначається вигодами використання продукту і вигодами від придбання бренду, тобто одночасно як раціональними, так і емоційними вигодами. До матеріальних компонентів бренду відносять саму продукцію, назву і марку бренду, опис вигод. Нематеріальними компонентами є: довіра, надійність, додана цінність та ін. [3].

Більшість іноземних авторів, як правило, не здійснюють понятійний аналіз і користуються терміном «бренд», розуміючи під ним пізнаваний споживачем торговий знак або марку, а під «брендінгом» – процес створення і розвитку (тобто управління) брендом.

На сучасному ринку брендінг найчастіше здійснюють рекламні агентства, найчастіше агентства повного циклу. Нерідко вони беруть на себе і додаткові функції консалтингу, стратегічного планування концепції товару, асортиментної і цінової політики, проте, відповідальність за виведення нового бренду на ринок, його ефективний розвиток і контроль над здійсненням стратегічних планів повністю покладається на підприємство-виробника та персонал, безпосередньо зайнятий брендінгом.

Розробка системи управління брендами дозволить підприємству-виробнику з максимальним ступенем ефективності застосовувати бренд-технології, своєчасно усувати вузькі місця і диспропорції на всіх стадіях життєвого циклу стосовно до всього портфеля брендів. При цьому система управління має включати в себе фінансові, часові і трудові ресурси, організаційно-економічний і витратний механізми реалізації бренд-технологій, а також належний контролінг [4].

Тактичними кроками щодо підвищення ефективності виробництва є добре спланована маркетингова програма діяльності, яка передбачає розробку відповідних заходів щодо створення та управління брендом.

Список літератури

1. Гевко, О. Етапи розроблення стратегії брендингу / О. Гевко // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 1 (30). – С. 185-197.
2. Воліков, В.В. Модель управління формуванням та використанням бренд-капіталу на промисловому підприємстві / В.В. Воліков, М.І. Ларка // Вісник НТУ "ХПІ". Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ "ХПІ". – 2013. – № 67 (1040). – С. 67–74.
3. Смит, П. Коммуникации стратегического маркетинга / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд; пер. с англ. В.Н. Егорова; под ред. Л.Ф. Никулина. – М.: Юнити, 2001. – 414 с.
4. Кендюхов, О.В. Оцінювання ефективності бренд-менеджменту на основі бенчмаркінгу / О.В. Кендюхов, Д.С. Файвішенко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 11. – С. 131-137.

Наукове видання

**ТКАЧЕНКО Володимир Пилипович,
ЧЕБОТАРЬОВА Ірина Борисівна
КУЛІШОВА Нонна Євгенівна,
ВОВК Олександр Володимирович**

**2-а Міжнародна науково-технічна конференція
«Поліграфічні, мультимедійні та web-технології»**

(укр., рос., англ., польск. мовами)

Відповідальний редактор

Ткаченко В.П.

Комп'ютерна верстка

Некрасова Н.М.

Матеріали збірника публікуються в авторському варіанті

Підп. до друку 11.05.2017. Формат 60х84 1/16. Спосіб друку — цифровий.

Умов.-друк. арк. 15,4. Уч.-вид. арк. 14,2. Наклад 150 прим.

Зам. № _____



Видавець та виготівник ТОВ «ДРУКАРНЯ МАДРИД»

61024, м. Харків, вул. Максимільянівська, 11

Тел.: (057) 756-53-25

www.madrid.in.ua e-mail: info@madrid.in.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК №4399 від 27.08.2012 р.