



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ**

**УКРАЇНСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ
ІНФОРМАТИКИ**

**ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА
ОРГАНІЗАЦІЯ
«СПІВТОВАРИСТВО ІТ-ДИРЕКТОРІВ
УКРАЇНИ»**

VILNIUS UNIVERSITY (VILNIUS, LITHUANIA)

DANUBIUS UNIVERSITY (GALATI, ROMANIA)

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ**

**ХАРЬКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ**

МАТЕРІАЛИ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

15-16 квітня 2021р

КИЇВ – 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УКРАЇНСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ ІНФОРМАТИКИ

**VILNIUS UNIVERSITY
(VILNIUS, LITHUANIA)**

**DANUBIUS UNIVERSITY
(GALATI, ROMANIA)**

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ**

**ХАРЬКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ**

**ВСЕУКРАЇНСЬКА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«СПІВТОВАРИСТВО ІТ-ДИРЕКТОРІВ УКРАЇНИ»**

МАТЕРІАЛИ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

15-16 квітня 2021р

КИЇВ – 2021

УДК 004:[008+7+37+001+33+34]

Ц 741

Цифрова економіка та інформаційні технології : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. / М-во освіти і науки України; Державний університет інфраструктури та технологій. Київ: Видавничий центр ДУІТ, 2021. 208 с.

У збірнику наведені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Цифрова економіка та інформаційні технології». Збірник становить інтерес для наукових працівників, викладачів, студентів, представників сфер бізнесу, економіки та ІТ-індустрії.

УДК 004:[008+7+37+001+33+34]

*Друкується за рішенням Вченої ради
Інституту управління, технологій та права
Державного університету інфраструктури та технологій
(протокол № 8 від 26 квітня 2021 р.)*

*Матеріали публікуються за оригіналами, які представлені
авторами.*

Відповідальні за випуск: Ткаченко О.І., Овчарук І.В.

© Державний університет інфраструктури
та технологій, 2021

Жизнев Д.І., Рудніченко М.Д. КОНЦЕПЦІЯ СИСТЕМИ ДЛЯ ОЦІНКИ ТА СИНТАКСИЧНОГО АНАЛІЗУ ТЕКСТУ МЕТОДАМИ МАШИННОГО НАВЧАННЯ	47
Завгородній В.В. СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ	49
Зміївська І.В. WEB-ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ	50
Малишкін О.І. ВАРІАНТИ ПОСТАЧАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННИХ РЕЄСТРАТОРІВ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ	53
Марков М.Є. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	56
Мартинюк А.В., Овчарук І.В. ЩО ТАКЕ ВІРТУАЛЬНИЙ ДОМ, ТА ЯКІ ПРОБЛЕМИ ВІН ВИРІШУЄ...	58
Матейко Т.М., Давиденко В.М., Коваленко Д.А. ОСВІТНІ ОНЛАЙН-КУРСИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТЕХНІЧНОЇ ПІДТРИМКИ	60
Мельников О.Ю. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ БАГАТОВИМІРНИХ ДАНИХ	63
Несмачний П.В., Завгородній В.В., Завгородня Г.А. ОПИС ІГРОВОГО ДОДАТКУ НА UNITY	65
Овчарук В.О., Овчарук А.В. ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА ІНЖЕНЕРНИХ РІШЕНЬ У ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСАХ СУШІННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	68
Овчарук І.В. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦІЛІСНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ	70
Овчарук І.В., Овчарук В.О. МЕТОД ДИНАМІЧНИХ РЯДІВ В ПРОГНОЗУВАННІ	74

WEB-ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ

Для успішного розвитку бізнесу потрібні клієнти. Отже, виникає завдання пошуку клієнтів і необхідність, в тому, щоб про бізнес дізналися люди. В даному випадку оптимальним рішенням проблеми може стати створення власного сайту. Головним завданням професійного сайту є перетворення відвідувача, який зайшов на сайт, в потенційного клієнта. Web-сайт – це інтерфейс між бізнесом та його оточенням – партнерами, постачальниками, клієнтами. Тому створення сайту є одним з головних завдань підприємницької діяльності, в тому числі і в мережі Internet.

Веб-сайт – це самостійний веб-ресурс Інтернету, що має офіційно зареєстрованого власника та офіційне унікальне ім'я (доменне ім'я), постійну адресу; фізично встановлений на Інтернет-сервері; підключений до мережі Інтернет; доступний для перегляду з будь-якого браузера. Існує велика кількість визначень веб-сайту, але, об'єднавши їх в одне загальне поняття, можна сказати, що веб-сайт – це сукупність, пов'язаних між собою веб-сторінок (документів, написаних на HTML5, CSS3, JavaScript і розташованих в єдиному сховищі – сервері), які стають доступні для звичайних користувачів за допомогою мережі Інтернет та спеціальних програм – браузерів [3, 4]. Кардинальні зміни відбулися в галузі створення сайтів. З тих пір, як 1991р. творець технології World Wide Web і протоколу передачі даних HTTP Тім Бернерс-Лі опублікував перший сайт, технології створення сайтів зробили крок далеко вперед [1]. Кількість веб-сайтів у Всесвітній павутині перевищило 1 мільярд вже в 2014 р. На сьогоднішній день їх існує близько 2 мільярдів [2]. Звичайно ж, не всі з них є діючими, але такі великі цифри говорять про те, що створення та використання сайтів є дуже актуальним. Веб-сайти створюються з самими різними цілями: надання інформації (тематичні сайти і портали), спілкування (соціальні мережі, форуми, блоги), надання сервісів і послуг (дошки оголошень, відеохостінги, інтернет-магазини, файлообмінні, поштові, пошукові сервіси) і таке інше. Великий сегмент займають сайти для бізнесу.

Для чого ж сайти так необхідні практично всім компаніям і як вони можуть допомогти розвитку бізнесу? По-перше, веб-сайт дозволяє надати повну, детальну і структуровану інформацію про діяльність організації будь-якому користувачеві мережі Інтернет в будь-який час і в будь-якому місці. При цьому обсяг інформації може бути досить великим. По-друге, якщо для компанії створюється сайт, то він автоматично стає рекламним інструментом. Він дозволяє залучити саме ту цільову аудиторію, яка зацікавлена в діяльності компанії. При цьому реклама може бути організована ще й за допомогою банерів і текстових посилань, розміщених на інших сайтах, поштових розсилок і таке інше. Варто відзначити, що з кожним днем звичайні ЗМІ все більше

відступають на другий план, а реклама в Інтернеті, навпаки, стає більш актуальною. По-третє, веб-сайт є засобом підвищення іміджу організації. Звичайно ж, у великих компаніях є персональні сайти, але ще не всі підприємства середнього і малого бізнесу створили свій веб-ресурс. Тому наявність сайту у компанії дозволяє їй виділитися серед конкурентів, показати свою унікальність, викликати довіру споживачів і, тим самим, підвищити свій авторитет і імідж. По-четверте, за допомогою веб-сайту організація може здійснювати зворотний зв'язок з клієнтами. За допомогою сайту можна проводити опитування та отримувати статистичні дані, дізнаватися про думки та відгуки клієнтів. Також взаємодія з клієнтом здійснюється за допомогою електронної пошти (якщо сайт передбачає таку функцію), де можна сортувати отримані дані та вести історію листування. І, по-п'яте, сайт може служити для компанії платформою для електронної торгівлі. За допомогою нього клієнти можуть оформляти замовлення на товари або послуги та оплачувати їх в будь-який зручний для них час. Причому деякі підприємства здійснюють продажі тільки таким способом. До розробки сайту компанії слід підходити індивідуально, виходячи з тих цілей, які вона переслідує, і завдань, які веб-сайт повинен буде виконувати. Дуже важливо правильно обрати той вид сайту, який підходить для ведення бізнесу.

Розглянемо найпоширеніші види веб-сайтів для бізнесу [4].

1) Сайт-візитка. Даний сайт зазвичай складається з декількох сторінок, на яких надається коротка інформація про компанію, контакти та послуги що надаються. Також на даному сайті часто бувають такі розділи як «Новини», «Ціни» і «Акції». Основними перевагами сайту-візитки є низька вартість створення і швидкий запуск, а недоліками – низький функціонал і бідний дизайн.

2) Корпоративний сайт. Це багатофункціональний сайт компанії, що створюється як для інформування клієнтів, так і для безпосереднього переслідування комерційних цілей. Як правило, такі веб-сайти містять максимально повну інформацію про організацію, її місії, історії та послуги. На ньому зазвичай присутні своєчасно оновлювана стрічка новин, функція пошуку, фотогалереї, форми для зворотного зв'язку з клієнтами (відгуків, заявок). Часто присутній розділ «Вакансії», щоб компанія могла проводити набір співробітників за допомогою веб-ресурсу. Практично всі сайти даного виду мають свою електронну поштову скриньку.

3) Портал. Це, фактично, покращений корпоративний сайт. Портал розташовується більш, ніж на одному інтернет-ресурсі, функціонуючи в різних системах і різних соціальних мережах, також він розглядається як система управління. Такий вид сайту орієнтований на забезпечення зручності клієнтів всіма можливими способами. До функціональності порталу відносяться розміщення фото, аудіо та відео у вигляді спеціальних галерей, перегляд і прослуховування онлайн, форуми, блоги, рейтинги та голосування, система управління коментарями та обміном повідомленнями між користувачами і так далі. Головна риса порталу – активна взаємодія з користувачем.

4) Сайт-сервіс. Такий сайт сконцентрований на вирішенні конкретної потреби клієнта, або декількох однотипних потреб. Типовим прикладом сервісу є онлайн-консультанти, які відповідають на питання введені в спливаючому вікні. Але такі функції сьогодні вбудовані на кожному порталі та на багатьох корпоративних сайтах.

5) Сайт-каталог. Під каталогом розуміється ресурс з вітриною товарів, де є їх опис, ціна, та можливість залишити відгуки про конкретні позиції, але немає можливості додати товар в «кошик» і оформити замовлення. Каталогам бракує функції – можливості купити товар в будь-який час, не виходячи з дому.

6) Інтернет-магазин. Це найпопулярніший вид комерції в Інтернеті. Основне завдання електронного магазину – надання широкого асортименту і можливості купити товар або послугу безпосередньо на сайті. Інтернет-магазини мають особистий кабінет, можливість взаємодії з іншими користувачами, зворотний зв'язок і велику кількість інформації про компанію та її сферу діяльності. Факт покупки товару безпосередньо на сайті відрізняє інтернет-магазин від всіх інших сайтів. Оформлення замовлення здійснюється за типовою схемою: клієнт вибирає товар, «складає» його в «кошик», оформляє замовлення, визначає кур'єра та спосіб оплати.

7) Лендінг або промо-сайт. Лендінг використовують в якості ефективного інструменту просування якогось одного продукту, послуги, акції, заходу. Це односторінковий тип сайту для захоплення уваги клієнта та подальшого виконання ним цільової дії. На лендінг-сторінці розміщується тільки ключова інформація, яка здатна зацікавити і спонукати зробити покупку товару або замовити послуги.

8) Соціальні мережі. Мало яка компанія може дозволити собі власну соціальну мережу, але у будь-якої фірми є можливість створити сторінку або співтовариство в уже існуючих. Соціальна мережа – це безкоштовний і досить ефективний інструмент маркетингу та інтерактивного спілкування компаній зі своїми клієнтами.

Отже, всі класифікації сайтів для бізнесу умовні. Щоб створити сайт, не потрібно слідувати конкретному шаблону, можна поєднувати різні види веб-ресурсів в одному. Грамотне поєднання функціоналу, структури, дизайну і контенту бізнес-сайту – ось, що дійсно важливо для інтернет-представництва будь-якого виду бізнесу та дає можливість отримання прибутку його власникам за рахунок залучення потенційних клієнтів з конкретної цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Web Building» студія веб-рішень. Історія створення першого в світі сайту. URL: <https://webbuilding.com.ua/ukr/articles/istoriya-stvorennya-pershogo-saytu/>.
2. Інформаційно-освітній сайт. URL: <https://kuryliak.pp.ua/articles/2/83/>
3. Макдональд М. Веб-разработка. Исчерпывающее руководство. СПб.: Питер, 2017. 640 с.
4. Щедрина О.І. Інтернет-технології в бізнесі: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2012. 303 с.