



ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

**МАТЕРІАЛИ Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ
ІНСТИТУТ ФІЛОСОФІЇ ім. Г. СКОВОРОДИ НАН УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. М. ДРАГОМАНОВА
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ» ім. І. СІКОРСЬКОГО



ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

**МАТЕРІАЛИ X МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ «ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ
ТЕХНОЛОГІЇ»**

**REPORTS OF THE X INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE "A PERSON, A SOCIETY, COMMUNICATIVE
TECHNOLOGIES"**

м. Харків, 27–28 жовтня 2022 р.

Харків
2022

УДК 740+656+338

ББК 87

Л 93

Головні редактори:

Панченко С.В. – доктор технічних наук, професор, академік Транспортної академії України, ректор Українського державного університету залізничного транспорту

Андрущенко В.П. – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАН України, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, ректор Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова

Редакційна колегія:

Абашик В.О. – д-р філос. наук, професор

Бакланов О. М. – д-р хім. наук, професор

Близнюк Л. М. – канд. філол. наук, доцент

Ватуля Г. Л. – д-р техн. наук, професор

Даніл'ян В. О. – канд. філос. наук, доцент

Дудін О.А. – канд. техн. наук, доцент

Змій С.О. – канд. техн. наук, доцент

Каграманян А.О. – канд. техн. наук, доцент

Кравець А. М. – канд. техн. наук, доцент

Колеснік К. Е. – канд. іст. наук, доцент, академік ТАУ

Куценко М. Ю. – канд. техн. наук, доцент

Новіков Б. В. – д-р філос. наук, професор

Павлов В. І. – канд. філос. наук, доцент

Панченко В. В. – канд. техн. наук, доцент

Соломніков І.В. – канд. екон.наук, ст. викладач

Толстов І. В. – канд. філос. наук, доцент

Устенко О. В. – д-р техн. наук, професор, академік ТАУ

Затверджено до друку Вченою радою Українського державного університету залізничного транспорту (протокол № 6 від 30.11.2022 р.)

Людина, суспільство, комунікативні технології: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. 27-28 жовтня 2022р. Відп.за випуск Н.В.Алексєєнко. — Харків : Мачулін, 2022. — 284 с..

ISBN 978-617-8195-30-4

УДК 740+656+338

Матеріали подано в авторській редакції

ISBN 978-617-8195-30-4

© Авторський колектив, 2022

© Мачулін, худ. оформлення, 2022

Отже, необхідно розробити алгоритм визначення комплексної оцінки розвитку транспортної системи країни та її підсистем, що надасть можливість оцінювати їх поточний стан, планувати та прогнозувати їх розвиток, розробляти науково обґрунтовані заходи по реалізації державної транспортної політики.

Список використаних джерел

1. Орловська О.В., Белова А.І., Конкурентні переваги залізниці на ринку транспортних послуг України./ Зб.наук.праць Державного економіко-технологічного університету: Серія «Економіка і управління».- Вип.23-24.-К.: ДЕГУТ, 2013., С.103-109.

2. Чаркіна Т. Ю. Принципи визначення основних функцій залізничних ХАБів /Ю.С. Бараш, В.В. Бобиль,Н.О. Божок,О. Черновіл // Proceedings of 12th International Conference Intelligent Technologies in Logistics and Mechatronics Systems-ITELMS'2018. С.21-25.

3. Шандова Н.В. Оцінка загальної стійкості розвитку промислового підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2006 - № 9(63) – С.169-173.

ДЕРГОУСОВА А.О., к. екон. н., доцент

Український державний університет залізничного транспорту

м. Харків, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На сучасному етапі розвитку господарювання відбувається активне створення глобального інформаційного простору. Цей процес забезпечується: ефективною інформаційною взаємодією людей, доступом до світових інформаційних ресурсів, задоволенням потреб з інформаційних продуктах і послугах. В умовах інформатизації суспільства

цифрові технології відкривають унікальні можливості для розвитку інновацій в маркетинговій діяльності підприємств.

Під цифровим маркетингом (диджитал-маркетингом) розуміється маркетинг товарів і послуг, який використовує інноваційні форми цифрових каналів для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів.

Особливостями диджитал-маркетингу є децентралізація постачальника інформації, мультимедійна здатність передачі контенту, оновлення контенту в постійному режимі з миттєвим доступом, таргетований та інтерактивний характер комунікації, наявність зворотного зв'язку з цільовою аудиторією, застосування інноваційних технічних та інформаційних засобів і технологій, включаючи необхідні професійні компетенції.

Основними каналами цифрового маркетингу виступають комп'ютери, планшети, смартфони, вебсайти, блоги, соціальні мережі, відеохостинги, POS-термінали, відеокамери, локальні мережі, цифрове телебачення, цифрове мистецтво. Використовуючи інноваційні інструменти, диджитал-маркетинг створює нові можливості для просування товарів. Такими інструментами є email, банерна, таргетована, вірусна реклама, реклама в соціальних мережах, дисплейна реклама, SMM, SEO, мобільний маркетинг, Digital Art. В глобальному економічному середовищі найпоширенішими підходами цифрового маркетингу є використання технологій віртуальної реальності та візуалізація контенту за допомогою інноваційних дисплеїв різних форматів.

Цифрові технології змінюють усталені ринки продукції, послуг і праці. Перевагами їх використання в маркетинговій діяльності є посилення комунікацій з цільовою аудиторією, можливість вимірювання результатів роботи завдяки системі збору і аналізу інтернет-статистики, відкриття доступу до зарубіжних ринків і глобальних електронних мереж

створення вартості, прискорення навчання та підвищення кваліфікації працівників.

В межах глобального середовища варто відзначити негативний вплив інноваційних цифрових технологій в маркетинговій діяльності на ринок праці. Він проявляється через скорочення потреби в некваліфікованій праці внаслідок заміщення стандартизованих операцій або типових задач з великим обсягом операцій сучасними інноваційними рішеннями. Автоматизація функцій та можливості технічного вдосконалення процесу комунікацій «витісняють» просту некваліфіковану працю з цього ланцюгу.

Диджитал маркетинг, поєднуючи переваги інноваційних цифрових технологій та творчий підхід для вирішення нестандартних, креативних завдань, створює нові, вигідні для споживачів бізнес-моделі, формує динамічне ділове середовище на основі інновацій, розширює можливості для споживачів та виробників. \\\

В Україні частка digital реклами в загальному обсязі національної реклами становить 51,4%. Аналогічний середньоєвропейський показник становить 45,2%. Це дозволяє вітчизняним компаніям не тільки сегментувати аудиторію, а й виділяти цільову аудиторію, реалізуючи основну функцію цифрових маркетингових комунікацій. При цьому використання компаніями інноваційних цифрових технологій в умовах конкуренції на глобальному та національному рівнях потребує від виробників безперервного їх моніторингу з метою визначення можливостей інтеграції у відповідні маркетингові інструменти, та активної інноваційної політики компанії щодо забезпечення та утримання власних конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Даніл'ян В. Глобальне інформаційне суспільство: культура і людина. URL:

<http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2138/1/Danil%27yan%20V..pdf>

2 Мірошник М.В., Стрюк Л.О., Копица Д.О. Цифровий маркетинг як середовище інтерактивних технологій digital реклами// Бізнес-Інформ. – 2020. – №5. –С. 503-510.

3. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: [Л.М. Герасіна, В.Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін.]; за ред. М.П. Требіна. – Х. : Право, 2015. – 816 с.

4. Пономаренко І. В. Практичні аспекти застосування інноваційних цифрових технологій в маркетинговій діяльності / І. В. Пономаренко, І. І. Віннікова, Г. М. Гребньов // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2018. – № 15. – С. 413-421.

ДИКАНЬ О.В., *д.е.н., професор*

КОСІНЦЕВА П.Ю., *аспірантка*

Український державний університет залізничного транспорту

м. Харків, Україна

МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Цифровізація економіки та суспільства є однією з найдинамічніших змін нашого часу, що відкриває нові можливості у створенні бізнес-моделей, і водночас несе з собою невизначеність і різного роду загрози. Цифровізація як безперервний процес стає головним двигуном інновацій і змін у більшості галузей економіки.

Термін «цифровізація» включає в себе два ключових поняття: перехід на цифрову систему фіксації інформації і перехід до нової моделі господарства, побудованої на генеруванні, обробці та використанні інформації в усіх сферах діяльності людини. Перше створює значні переваги у функціонуванні економічних систем на різних рівнях їх

ЗМІСТ

ПРИВІТАННЯ УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ	3
СЕКЦІЯ І. ФІЛОСОФСЬКІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ	
АБАШНІК В.О. ГРИГОРІЙ СКОВОРОДА У НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ЛІТЕРАТУРІ 19-ГО СТОЛІТТЯ	6
АБАШНІК У.В. «АНАТОМІЯ» (1999): МІЖ ФІЛЬМОМ ЖАХІВ ТА ВЧЕННЯМ ГІППОКРАТА	11
АСМУТ Х. СИМВОЛІЧНІ ФОРМИ ЕРНСТА КАССІРЕРА (1874– 1945)	15
БЕРЕЗНИЙ В.М., ЄРМОЛЕНКО О.А., ЛИСЬОНКОВА Н.М. ЛЮДИНА ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ – ВОРОГИ ЧИ ДРУЗИ?	21
БЛИЗНЮК Л.М. МОВНА СУГЕСТІЯ ЯК НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ РИТОРИКИ	25
БЛИЗНЮК Л.М., ВАРЛАМОВА А. СЕМАНТИЧНІ БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЇ	27
ВОЛОШИНА О.М., НЕШКО С.І. СИНТАГМАТИКА ТА ПАРАДИГМАТИКА	30
ГОНЧАР В.В., ВЕРЕТЕЛЬНИКОВА Н. А., БАТУЛІН Д. С. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА ЗАГАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ	31
ГОНЧАРОВ С. О. МЕТАФІЗИКА Ю. В. МАМЛЄЄВА ЯК ПРОДОВЖЕННЯ ТРАДИЦІЇ РОСІЙСЬКОЇ РЕЛІГІЙНОЇ ФІЛОСОФІЇ: ПРИХОВАНА ЗАГРОЗА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	33
ДАНІЛ'ЯН В.О. СИНДРОМ «ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ» В ДІЯЛЬНОСТІ ВИКЛАДАЧА ЗВО ТА МЕТОДИ ЙОГО ПОПЕРЕДЖЕННЯ	36
ДАНІЛ'ЯН В.О., РУДЬ Ю.С., МИРОНЧУК І.О.	39

ШЕПЕЛЕНКО Т.В. ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІА У
НАВЧАЛЬНО-ТРЕНУВАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЗІ СПОРТИВНОЇ ТА 126
ОЗДОРОВЧОЇ АЕРОБІКИ

СЕКЦІЯ ІІ. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА ПРАВОЗНАВСТВО

АЛЕКСАНДРОВА О.Ю., КОСИЧ М.В. ЕКОНОМІЧНА
БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ 130
СУЧАСНОСТІ

ГРИЦЕНКО Н.В. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ВНУТРІШНЬОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ 133

ДЕРГАУСОВА А.О. ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ
ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 135

ДИКАНЬ О.В., КОСІНЦЕВА П.Ю. МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ 138

Д'ЯЧКОВА Н. А., КОЛІСНИКОВ А. В. ІСТОРИКО-ПРАВОВІ
АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТРУБОПРОВІДНОГО ТРАНСПОРТУ 140

ЄВСЄЄВА О. О., КОВАЛЬОВА Д. А. МОДЕЛІ ХМАРНИХ
ПОСЛУГ У ПОБУДОВІ ДІЄВОГО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО 145
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

ІВАЩЕНКО А.В., КОЖЕМ'ЯКІНА А.В. ПРАВОВИЙ РЕЖИМ
ТИМЧАСОВОГО ЗАХИСТУ ТА СТАТУС БІЖЕНЦЯ: 149
СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ

КАЛИЧЕВА Н.Є., АБРАМЧУК В.С. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ В УДОСКОНАЛЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ 154
СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПІДПРИЄМСТВА

КІРДІНА О.Г. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО
ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ 156
ЕКОНОМІКИ

ЛИСЬОНКОВА Н.М., УТКІНА Ю.М., КОНДРАТЮК М.В. 159

Наукове видання
Відповідальність за редагування та достовірність інформації
несуть автори роботи

Людина, суспільство, комунікативні технології:
матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф.
27-28 жовтня 2022 р.

Reports of the X International scientific-practical conference
“A person, a society, communicative technologies”

Відп. за випуск Н.В.Алексееенко.

Підписано до друку 16.11.2022. Формат 60x84/16.
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап.
Ум. друк. арк. 27,67. Обл.-вид. арк. 41,8.
Наклад 300 пр. Зам. № 2112

Видавець Мачулін Л.І.
тел. +38(068)886-52-57
editor2016@ukr.net
<http://knigoizdat.org.ua>
Свідоцтво про держреєстрацію:
сер. ХК №125 від 24.11.2004

Віддруковано в ПП Озеров Г. В.
м. Харків, вул. Університетська, 3, кв. 9.
Свідоцтво про реєстрацію: № 818604 від 02.03.2000.