

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції
за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік
(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1



Полтава
2020

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік**

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

**Полтава
ПУЕТ
2020**

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082) *Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*
А43

Редакційна колегія:

О. В. Манжура, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

К. Ю. Вержал, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., професор, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

В. В. Саранин, к. філол. н., доцент, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у
А43 XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 р.) : у 2 ч., ч. 1. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 255 с. – Текст укр., рос., англ., нім. мовами.

Ч. 1. – 255 с.

Ч. 2. – 343 с.

ISBN 978-966-184-378-2

Збірник містить тези найкращих доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти.

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-378-2

4. Як коронавірус вплине на економіку? Основні тези експертів Центру економічної стратегії [Електронний ресурс] // Хмарочос. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/03/22/yak-koronavirus-vplyne-na-ekonomiku-osnovni-tezy-ekspertiv-tsentru-ekonomichnoyi-strategiyi/> – Назва з екрана.
5. Global-Health-Security-Index-2020 [Електронний ресурс]: ghsindex. – Режим доступу: <https://www.ghsindex.org/wp-content/uploads/2020/04/2019-Global-Health-Security-Index.pdf>. – Назва з екрана.

ЗАГАЛЬНА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» ТА СТРАТЕГІЇ ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ

Е. С. Коршун, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м-51

А. Л. Флегантова, науковий керівник, к. е. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ключові слова: стратегія інтенсивного зростання, конкурентна стратегія Майкла Е. Портера, диверсифікація, світовий ринок, товарний ринок, матриця Ансоффа.

Постановка проблеми. Загальна стратегія «Samsung Electronics Co., Ltd.» (далі Samsung) та стратегії інтенсивного зростання продовжують використовувати технологічні інновації як критичний фактор конкурентної переваги. Щоб ефективно конкурувати, загальна стратегія та стратегії росту Samsung повинні включати інвестиції в технологічні інновації. Отримані в результаті конкурентні переваги дозволяють компанії зберегти свою конкурентну позицію як одного з найкращих виконавців у галузі напівпровідників, побутової електроніки та побутової техніки.

Метою статті є оцінка міжнародного конкурентного середовища компанії Samsung на товарному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальна стратегія Samsung та стратегії інтенсивного зростання схожі на стратегію материнської компанії Samsung Group. Така схожість ґрунтується на унітарному керівництві, яке впливає на стратегічне керівництво корпорацією та конкурентні переваги діяльності конгломерата та його дочірніх підприємств.

Samsung застосовує загальну конкурентну стратегію диференціації, спираючись на модель конкурентної стратегії Майкла

Е. Портера, стратегічна мета широкої диференціації полягає у збереженні конкурентної переваги шляхом надання унікальних (або диференційованих) продуктів, орієнтованих на широкий ринок, який у даному випадку є галузевим, за участю практично кожної людини чи групи, які купують смартфони, ноутбуки та інше обладнання. Для досягнення стратегічних планів Samsung щодо зростання та розширення на світовому ринку, ця загальна стратегія вимагає застосування розробки продуктів як основної інтенсивної стратегії зростання, щоб конкурувати з такими технологічними фірмами, як Apple, Google, Sony та LG [1].

Інвестиції Samsung у розробку продукції є стратегічним наслідком широкої загальної стратегії диференціації. Наприклад, компанія інвестує в технологічні інновації для підтримки конкурентної переваги своєї продукції на товарному ринку, також компанія рекламує свої товари як унікальні або ж як різні альтернативи більшості конкурентів.

Інші загальні стратегії конкуренції, такі як лідерство на витратах, фокус на диференціацію та орієнтація на витрати, також застосовуються в операціях Samsung, але в обмеженій кількості.

Обмежене застосування орієнтації на витрати все ще поширюється на стандарти інновацій, які відображають основну загальну стратегію Samsung із широкою диференціацією. Ці загальні стратегії узгоджуються з інтенсивними стратегіями зростання компанії, щоб досягти успіху в підтримці конкурентних переваг технологічної фірми [2].

Для аналізу інтенсивних стратегій розвитку Samsung, скористаємось аналітичним інструментом стратегічного менеджменту – матрицею Ансоффа.

Стратегія проникнення на ринок, стратегічною метою якої є зростання технологічного бізнесу за рахунок збільшення його доходів від продажу поточної продукції на поточних ринках, таких як ринок побутової електроніки Європейського Союзу, де корпорація вже працює. Як інтенсивна стратегія зростання, проникнення на ринок залежить від ефективності загальної стратегії диференціації, з точки зору того, як компанія створює технологічно інноваційні продукти, які є достатньо диференційованими для залучення цільових клієнтів на поточних ринках.

Стратегія розвитку продукції є головною стратегією інтенсивного зростання підприємства. Стратегічною метою розвитку продукту в цьому випадку є розширення бізнесу за допомогою

нових продуктів, таких як нові електронні пристрої. Також ця інтенсивна стратегія розширює діяльність Samsung завдяки ітераційним інноваціям, що призводить до вдосконалених версій або варіантів наявних продуктів.

Стратегія розвитку ринку, стратегічною метою якої є розвиток та вихід на нові ринки з використанням існуючих продуктів компанії. Як стратегія інтенсивного зростання, успіх розвитку ринку залежить від вартості товару та конкурентної переваги, що в цьому випадку пов'язане із загальною стратегією диференціації Samsung завдяки технологічним інноваціям.

Стратегія диверсифікації реалізується завдяки придбанням менших фірм, таких як Harman International Industries. Незначна роль цієї стратегії інтенсивного зростання обмежує ризики створення нових бізнес-операцій. При здійсненні диверсифікації застосовується також загальна стратегія диференціації конкурентоспроможності для конкурентоспроможності та стратегічного узгодження серед бізнес-операцій дочірніх компаній Samsung [3].

Висновки. Отже, можемо зробити висновок, що загальна стратегія Samsung та стратегії інтенсивного зростання спрямовують ріст та розвиток організації. Диференціація відіграє головну роль у формуванні конкурентних переваг компанії, хоча інші загальні конкурентні стратегії, такі як стратегія лідерства у витратах та фокус, також підтримують технологічне підприємство та його конкурентоспроможність. Стратегії управління операціями та управління Samsung повинні узгоджуватись із загальною стратегією диференціації та стратегіями інтенсивного зростання для підтримки зростання бізнесу, конкуруючи проти Apple, Google, Sony та інших агресивних багатонаціональних компаній.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз конкурентних стратегій провідних корпорацій світу [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65625b2ad79b4d53b89421216d26_0.html. – Назва з екрана.
2. Samsung's Generic Competitive Strategy & Intensive Growth Strategies [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <http://panmore.com/samsung-generic-strategy-intensive-growth-strategies-competitive-advantage>. – Назва з екрана.

3. Центр стратегій та інновацій Samsung [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <https://www.samsung.com/us/ssic/innovations/>. – Назва з екрана.

ЕФЕКТИВНА РЕКЛАМА ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Я. Б. Матюшко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Реклама є невід’ємною частиною життя сучасного суспільства, адже нині неможливо уявити життя без реклами. Вона щодня безпосередньо чи опосередковано здійснює вплив на більшість населення через те, що поширена всюди: в Інтернеті, газетах, журналах, на телебаченні, радіо, рекламних щитах, у транспорті. Реклама ефективно працює в соціальних мережах, через системи масової розсилки, електронної пошти тощо [2].

Сучасний медіа простір заповнений різноманітною рекламою, але далеко не вся вона приносить очікуваний ефект, частина рекламних звернень просто залишаються непоміченими цільовою аудиторією. Головна мета будь-якої реклами – просування бренду і компанії в цілому. Реклама повинна привертати увагу, спонукати до придбання товару, зміцнювати позитивний імідж підприємства на ринку [3].

Вплив реклами – це безперервний, постійний і складний процес. Німецький психолог Т. Каніг, який проводив дослідження щодо повторного впливу реклами, зазначив: «У перший раз читач не помічає оголошення. Вдруге зауважує, але не прочитує. Втретє читає, але машинально. У четвертий раз обдумує прочитане. У п’ятий раз говорить про нього зі своїми друзями. В шостий раз у читача з’являється думка, а, може, піти дізнатися більше. У сьомий раз річ купується» [2].

Ефективна реклама – це наслідок поєднання дієвого креативу і оптимального розміщення, яке забезпечує охоплення найбільшої частини цільової аудиторії. За допомогою ефективної реклами інформація про товар доноситься до кінцевого споживача у формі, яка сприяє збільшенню обсягів продажу та зумовлює підвищення складової ціни цього товару.

ЗМІСТ

Частина 1

СЕКЦІЯ 1. ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

<i>Акулович А. Є., Мих В. С., Педченко Н. С.</i> Форми проведення навчальних занять в університеті як крок до успішного становлення професійної особистості студента	3
<i>Гупса А. В., Негода М. О., Педченко Н. С.</i> Англійська мова: примха чи потреба?.....	6
<i>Королюк Л. С., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації.....	8
<i>Королюк Р. І., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості підготовки викладача вищої школи на основі використання електронних освітніх ресурсів	10
<i>Негода М. О., Шара С. О.</i> Планування та здійснення виховної роботи у закладах вищої освіти	12
<i>Сойка В. Б., Лебедик Л. В.</i> Забезпечення якості формування професійної компетентності майбутніх фахівців у технічному коледжі.....	15
<i>Стародуб Ю., Шара С. О.</i> Виховна робота у ЗВО як чинник формування особистості майбутнього фахівця	17
<i>Ивашнёва М. А., Злотников А. Г.</i> Белорусская система образования глазами экспертов Болонского комитета	20
<i>Саленко Є. В., Кононенко Ж. А.</i> Якість освіти – економічна складова формування компетентної людини.....	22

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

<i>Акінішина О. В., Гасій О. В.</i> Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні	24
<i>Борисенко І. О., Гудзь Т. П.</i> Кредитний портфель банків України: сучасний стан та перспективи розвитку	26

Герасимчук О. В., Кривошеева Л. Н. Особенности конкурентоспособности национальной экономики стран Евросоюза.....	28
Зінченко А. В., Сидоренко-Мельник Г. М. Проблеми управління діловою активністю підприємства	30
Кольващенко К. М., Тимошенко О. В. Шляхи вдосконалення податкової політики держави.....	33
Копил А. В., Чижевська М. Б. Фінансова інклюзія: сутність та перспективи розвитку	35
Корольова О. Д., Тимошенко О. В. Підвищення пенсійного віку: реальна потреба чи владна забаганка?	37
Панченко К. В., Гудзь Т. П. Фінансова безпека домогосподарств – основа економічного добробуту населення	40
Панченко В. В., Гасій О. В. Сутність та класифікація грошових потоків підприємства.....	42
Перерва В. Ф., Гасій О. В. Криптовалюта: роль у сучасному світі	44
Погорєлов О. В., Гудзь Т. П. Сучасні тенденції розвитку банківського кредитування фізичних осіб в Україні	46
Проскуріна В. В., Гудзь Т. П. Роль фінансів домогосподарств у функціонуванні фінансової системи України	49
Пухало Т. О., Гудзь Т. П. Особливості фінансової поведінки вітчизняних домогосподарств.....	51
Пиріг Д. В., Карцева В. В. Обґрунтування необхідності забезпечення інформаційної безпеки банківської діяльності.....	53
Разумова І. О., Гасій О. В. Управління позиковим капіталом підприємства	56
Рубан В. В., Гасій О. В. Криптовалюта у сфері фінансів.....	58
Рудько В. О., Гасій О. В. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємств	60

<i>Сербін В. В., Гасій О. В.</i> Державний борг та його соціально-економічні наслідки	62
<i>Шкарупа Є. О., Тимошенко О. В.</i> Механізм прямого оподаткування у забезпеченні економічного розвитку країни	64
<i>Kundai T. K., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> Role of Accounting in Training of Bachelors in Business Administration in Republic of Zimbabwe	67
<i>Paresh L. S., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> Reasons for Mining Companies of the Republic of Tanzania work at break-even point	69
<i>Quainoo B., Karpenko O. V., Artiukh V. M.</i> National human resources needs of Ghana for cost and management accounting	71
<i>Бойко Р. В., Мілька А. І.</i> Підходи до класифікації основних засобів бюджетних установ	73
<i>Короткевич А. А., Новикова И. Н.</i> Раскрытие дополнительной информации в примечаниях к отчетности	76
<i>Лисенко Т. А., Кулик В. А.</i> Міжнародний стандарт фінансової звітності для підприємств малого бізнесу: зміст та призначення	78
<i>Малюк Р. Р., Ночовна Ю. О.</i> Публічні закупівлі і тендери: дефініції та проблематика	80
<i>Манжуров М. В., Кулик В. А.</i> Організація тендерної діяльності в Україні	82

СЕКЦІЯ 3. ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

<i>Берданова О. Ю., Кульчий О. О.</i> Соціальні мережі в контексті розвитку сучасного суспільства	85
<i>Білокінь Ю. А., Гладкий С. О.</i> Унітарна та федеративна форма державного устрою: переваги та недоліки	89
<i>Бондаренко І. С., Гладкий С. О.</i> Проблеми трансформації сучасного законодавства України	91

<i>Бреус В. О., Кульчий О. О.</i> Права та обов'язки суб'єктів договору про надання освітніх послуг	93
<i>Голобородько Н. В., Гладкий С. О.</i> Проблеми утвердження принципу верховенства права в Україні та основні шляхи їх вирішення	96
<i>Діденко І. О., Іщенко Т. В.</i> Спеціальна конфіскація: загальні аспекти, сутність та актуальні проблеми застосування.....	98
<i>Лопашенко О. Ю., Гладкий С. О.</i> Проблеми розвитку українського правового менталітету	101
<i>Ніколаєва І. В., Терела Г. В.</i> Єдність та диференціація у правовому регулюванні робочого часу педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників	103
<i>Потеряйко В. В., Лаврик Г. В.</i> Правова природа заборон і обмежень як засобів запобігання корупційним правопорушенням та правопорушенням, пов'язаним з корупцією.....	106
<i>Рябченко В. В., Гладкий С. О.</i> Державний режим сучасної Української держави: проблема трансформації.....	108
<i>Самойленко О. Ю., Білокінь Р. М.</i> Недоторканість речових доказів як умова зберігання в кримінальному процесі.....	110
<i>Самойленко Т. Г., Білокінь Р. М.</i> Організаційні вимоги до процесу проведення слідчих (розшукових) дій	112

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

<i>Акулович А. Є., Кришталь А. М.</i> Professional English in the field of hotel and restaurant services	115
<i>Алексееук А. О., Кононенко О. А.</i> Different aspects of inequality between women and men: financial and professional sides	117
<i>Андрусенко Л. В., Кришталь А. М.</i> Current trends in the formation of English vocabulary in the field of tourist services.....	119

Білокіз М. Б., Іщенко В. Л. Features of doing business in Ukraine	121
Бублій А. С., Іщенко В. Л. How to prevent burning out at work.....	122
Bassirou Gaye, Руденко Н. С. Technological differences and personal development	124
Ісенко М. Г., Кришталь А. М. Formation of modern english as an international tourism language and its reason.....	126
Кожевніков Д. М., Іщенко В. Л. Stationery sales increase	127
Коробейник М. Ю., Кришталь А. М. Modern English vocabulary in the restaurant sector	129
Лихошерст С. А., Кришталь А. М. Foreign language in the professional training of hotel and restaurant business	130
Lobatsch O., Kobzar O. Simultandolmetschen als wichtige Kompetenz von Fachübersetzer	131
Остапенко Ю. В., Чабан В. В. Professional English vocabulary in using on international conferences and negotiations by hotel and restaurant workers.....	134
Polyvoda D. W., Dzekun Y. O. Bibliothekswesen in Deutschland.....	136
Tamba Rohey, Руденко Н. С. Gender Discrimination in Computer Science (Africa).....	137
Скрипник М. М., Царенко В. М. Professional speech competence of prospective experts in hotel and restaurant business	139
Шевченко Д. О., Кононенко О. А. Online Advertising versus Offline Advertising	141
Шмиголь Ю. Ю., Кришталь А. М. Ways of forming terminology in the field of service.....	143
Богнет Б., Артюх В. М. Nigerian national market of telecommunications: outline of current affairs	146
Mubeen Hassan, Kononenko O. Managers	148

<i>Ahmed Rabilu, Руденко Н. С.</i> Information technology in the social system	149
--	-----

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

<i>Dashko K. I., Korol T. H.</i> Peculiarities of Poetry Translation from English (Based on the Poems by Ocean Vuong).....	152
<i>Жолубак Г. В., Тупиця О. Ю.</i> Назви грошових одиниць як реалії: специфіка перекладу	154
<i>Zelenko D. V., Korol T. H.</i> Translation of proper Names in the Fantasy Novel «Hunger Games» by S. Collins.....	157
<i>Levoshko E. A., Korol T. H.</i> Ukrainian Translation of movie titles from English.....	159
<i>Nos Yu. O., Sukhachova N. S.</i> Etymology of English Idioms	161
<i>Олійник Є. К., Стеценко В. В.</i> Безеквівалентна лексика: проблеми відтворення.....	163
<i>Pelyak V. O., Sukhachova N. S.</i> Neologisms of Modern English in Mass media	165
<i>Prokhorenko T. O., Sukhachova N. S.</i> Diversity of Idioms in the English Language	168
<i>Шипік В. Г., Тупиця О. Ю.</i> Сучасні запозичення в лексиці німецької мови	170

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА Й ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ

<i>Бурмака К. М., Макарова М. В.</i> Особливості документування управлінської діяльності в ПАТ «Нафтогазвидобування»	173
<i>Возняк О. О., Двірня О. А.</i> Бібліотеки України в мережі інтернет: на прикладі Полтавської обласної бібліотеки для юнацтва імені Олеся Гончара.....	175
<i>Галицька А. Р., Двірня О. А.</i> Віртуальні виставки як сучасна дистантна бібліотечна послуга.....	177

Глушкова К. О., Двірна О. А. Автоматизація діловодства закладів ресторанної індустрії: на прикладі ресторану японської кухні «Бонсай».....	179
Гоцева К. А., Денисенко Н. Г. Автоматизовані документальні інформаційні системи	181
Дивакова А. Н., Толкачѳва Е. Г. Состав и содержание учетной информации о товарах в целях управления	183
Козоріз Т. В., Двірна О. А. Інтернет-сервіси створення віртуальних виставок	186
Козоріз Т. В., Литвиненко Ю. О. Бази даних у проектуванні і реалізації інформаційних систем	188
Король С. В., Оніпко Т. В. Вебсайти органів виконавчої влади в Україні.....	190
Линник А. С., Оніпко Т. В. Інтернет-сайт у діяльності музею	192
Писаренко А. Р., Денисенко Н. Г. Історія становлення та розвитку соціокультурної діяльності бібліотек	195
Поливода Д. В., Оніпко Т. В. Музейні інновації та інтерактивність: дефініція понять.....	197
Стечак Т. Є., Колєчкіна Л. М., Литвиненко Ю. О. Напрями вдосконалення використання електронних документів у вищих навчальних закладах	199
Шкураток А. В., Стечак Т. Є., Білоусько Т. М. Технологічні рішення для автоматизації документообігу сучасних установ.....	201
Шкураток А. В., Двірна О. А. Особливості використання електронного майданчика «PROZORRO»	203
Малярєнко Т. Г., Шаповал Л. І. Експозиційна діяльність народного музею Остапа Вишні.....	205
Романенко В. В., Шаповал Л. І. Навчальні музеї у музейній мережі Полтавщини.....	209

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

<i>Атоако С., Пожар А. А.</i> Social and economic reasons of cooperatives' origin.....	213
<i>Goretti M., Пожар А. А.</i> Investment climate of Switzerland	215
<i>Кроку О., Пожар А. А.</i> Influence of globalization on the world food market	217
<i>Kwao S. T., Bazavluk N. G.</i> International marketing in sports industry	218
<i>Nyamekye R., Tul S. I.</i> The positive and negative influence of globalization on the activities of international business (based on Apple Inc.).....	222
<i>Князькін В. А., Туль С. І.</i> Ринковий сегмент транснаціональної корпорації «NIKE, INC.»: оцінка сучасного стану та змін у динаміці.....	224
<i>Кожевніков Д. М., Франко Л. С.</i> Вплив пандемії коронавірусу на малий та середній бізнес в Україні	227
<i>Коришун Е. С., Флегантова А. Л.</i> Загальна конкурентна стратегія «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» та стратегії інтенсивного зростання	229
<i>Матюшко Я. Б., Франко Л. С.</i> Ефективна реклама як запорука успішного розвитку підприємства	232
<i>Семенова К., Франко Л. С.</i> Економічний клімат Німеччини як середовище створення ефективних глобальних брендів	234

Частина 2

СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Попова Є. І., Гусаковська Т. О.</i> Корпоративна культура компанії та її креативна складова (на прикладі TOYOTA MOTOR CORPORATION)	3
---	---

Tadeyo kundai Lionnel, Shymanovska-Dianyeh L. M. Communications in Management: importance and role	5
Gurbanov Nijat Rizvan ogli, Shymanovska-Dianyeh L. M. The Economic context of Azerbaijan	7
Тереховська Д. Ю., Бондар-Підгурська О. В. Кластер як територіально-просторове утворення та можливість вчасного задоволення життєво важливих інтересів населення України	9
Сербін В. О., Лозова О. В. П-менеджмент (менеджмент майбутнього)	15
Івчук В. В., Лозова О. В. Управління ризиками діяльності підприємства в умовах ринкових змін	16
Масляник І. А., Лозова О. В. Управління соціальним розвитком підприємства	18
Osun Oluwatobi Greatness, Chayka I. P. Theoretial priniples of Management of the ommerial activity of the enterprise	20
Чижевська С. В., Бондар-Підгурська О. В. Кластери як форма інноваційного розвитку економіки: міжнародний досвід	22
Павленко С. О., Білінська О. П. Підвищення ролі адаптації в системі управління організацією	27
Ізмайловська О. О., Білінська О. П. Вплив організаційної культури на ефективність діяльності підприємства	29
Мірошниченко Р. С., Білінська О. П. Особливості застосування функціонального підходу в процесі формування системи менеджменту підприємства.....	31
Черкас В. О., Білінська О. П. Професійний розвиток персоналу в системі менеджменту сучасного підприємства.....	33
Чижевська С. В., Гусаковська Т. О. Особливості управління фінансами підприємства в сучасних умовах	35
Харченко А. С., Гусаковська Т. О. Маркетингова діяльність підприємства як об'єкт управління	37
Саленко Є. В., Гусаковська Т. О. Методи підвищення продуктивності праці	38

Бабенко К. В., Кужель Н. Л. Організаційна культура як елемент внутрішнього середовища організації	40
Горошко О. Г., Кужель Н. Л. Конфлікт як механізм розвитку організації	42
Грибінчук В. В., Кужель Н. Л. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності підприємства.....	44
Деркач А. Г., Кужель Н. Л. Процес відбору персоналу в організації: етапи та джерела	46
Іванніков Д. О., Кужель Н. Л. Характеристика системи ефективного контролю на підприємстві	48
Ковальчук Р. Б., Кужель Н. Л. Невербальні засоби в крос-культурній комунікації.....	50
Щербина Ю. В., Щербань М. С., Давиденко Є. О., Кужель Н. Л. Мотивація персоналу як фактор та необхідна умова розвитку підприємства	52
Іващенко А. В., Рибалко-Рак Л. А. Управління якістю продукції на підприємстві	54
Quainoo Bright, Goureeva Maya. Production system in enterprises	57
Mensah Ewuraesi, Goureeva Maya. Managing change & being flexible in life.....	60
Werteni Hamed, Goureeva Maya. Management innovation.....	61
Malek Sonuber, Goureeva Maya. Environmental Management	63
Lathia Sunny, Goureeva Maya. Lean manufacturing.....	66
Афанасьєва К. С., Новикова И. Н. Стимулирование развития малого предпринимательства в Республике Беларусь.....	69
Лашкевич В. А., Новикова И. Н. Контроль обоснованности переоценки товаров в розничной торговле	71
Temilola O. Oredugba, Shimanovska-Dianich L. M. Walks of life «Have you met me?» Management of human emotional responses	74

<i>Волощенко В., Михайленко О.</i> Виготовлення оригінальних керамічних виробів і креативних подарунків	76
<i>Говтвяниця К. В., Юрко І. В.</i> Виготовлення дизайнерських шопперів	78
<i>Коваль Н., Юрко І. В.</i> Організація розробки та пошиття дизайнерського одягу, обладнаного регулятивною smart-системою контролю	80
<i>Корнева А. О., Юрко І. В.</i> Розробка проєкту вирощування органічної малини в закритому ґрунті	82
<i>Лебідь Ю. В., Юрко І. В.</i> Розробка концепції майбутнього бізнесу. Консалтингова компанія «L&M CONSULT» («LAW&MARKETING CONSULT»)	84
<i>Озуй Я., Юрко І. В.</i> Повторне використання відходів для виробництва дерев'яної продукції	86
<i>Пазенко І. М., Юрко І. В.</i> Організація роздрібно́ї торгівлі продуктами здорового харчування.....	88
<i>Сапун С. В., Юрко І. В.</i> Бренд одягу з ексклюзивними малюнками ручного розпису	91
<i>Сира А., Михайленко О.</i> Створення платформи для обслуговування виробників та споживачів предметів народного ремесла та художнього промислу	93
<i>Тютюнник К., Юрко І. В.</i> Концепція реалізації проєкту «Не винний»	94
<i>Хоменко Б., Михайленко О.</i> Виготовлення креативної відеореклами	97
<i>Шалун К. М., Власенко Є. О., Юрко І. В.</i> Розвиток проєктів креативних індустрій	98

СЕКЦІЯ 9. ЛІДЕРСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ ст.

<i>Брачун О. О., Рудич Л. В.</i> Формування ефективної команди в умовах кризи	102
---	-----

<i>Бойко Р. В., Рудич Л. В.</i> Формування ефективних лідерських комунікацій	104
--	-----

СЕКЦІЯ 10. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Курбыко Д. В., Гасанова Т. В.</i> Глобальні проблеми розвитку мирової економіки	106
<i>Превар С. О., Вергал К. Ю.</i> Інноваційні технології в роздрібній торгівлі	108
<i>Резинко А. Г., Кузьменко О. К.</i> Прогнозована економетрична модель фінансової спроможності місцевих бюджетів.....	110

СЕКЦІЯ 11. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА: АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕНЬ

<i>Алексов С. В., Черненко О. О.</i> Тренажер з теми «Дерево розбору» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення	115
<i>Белінська В. В., Парфьонова Т. О.</i> Алгоритмізація та програмування елементів тренажера з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» дистанційного навчального курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика»	117
<i>Волосевич М. В., Черненко О. О.</i> Тренажер з теми «Марківські підстановки» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення	119
<i>Гусак Ю. С., Олексійчук Ю. Ф.</i> Програмна реалізація елементів тренажера з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного перцептрону» дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці»	121
<i>Кривошей О. С., Олексійчук Ю. Ф.</i> Програмна реалізація елементів тренажера з теми «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки».....	123

Мороз А. В., Ємець О. О. Оптимізація виробництва столів: програмна реалізація тренажера дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій»	125
Спорнік С. С., Олексійчук Ю. Ф. Алгоритм тренажера з теми «Частинна кореляція» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки»	127
Фесенко Д. І., Олексійчук Ю. Ф. Розробка тренажера з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям» дисципліни «Аналіз алгоритмів»	129

СЕКЦІЯ 12. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Бабаєв Р. А., Карпенко Н. В. Маркетингові дослідження діяльності торговельних підприємств	132
Балюк Ю. В., Карпенко Н. В. Ефективність реклами	134
Давиденко Є. О., Яловега Н. І. Сучасні особливості побудови відносин з клієнтами у сфері рекламного бізнесу	136
Зезекало Є. О., Іваннікова М. М. Розвиток концепції маркетингу на українських підприємствах	138
Кажсан О. С., Іваннікова М. М. Класифікація людських потреб у контексті маркетингу	139
Калініна А. І., Яловега Н. І. Особливості розвитку вітчизняного ринку директ-маркетингу	141
Кісурін В. В., Іваннікова М. М. Партизанський маркетинг та його вплив на споживача.....	143
Коба Д. О., Карпенко Н. В. Конкурентоспроможність товару	145
Колотко А. І., Карпенко Н. В. Лізингові взаємовідносини між підприємствами в сучасних умовах.....	147
Лебідь Ю. В., Карпенко Н. В. Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм	149
Левченко О. С., Трайно В. М. Маркетингові комунікації у сфері туризму	151

<i>Москаленко Т. О., Іваннікова М. М.</i> Сутність маркетингової діяльності підприємства.....	153
<i>Твердохліб М. О., Трайно В. М.</i> Онлайн маркетинг b2b.....	154
<i>Ульхова А. А., Карпенко Н. В.</i> Ефективність маркетингової діяльності підприємств у сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва.....	156
<i>Уразка О. В., Трайно В. М.</i> Міжкультурні комунікації в інноваційному суспільстві	158
<i>Федоша М. О., Яловега Н. І.</i> Формування та розвиток іміджу підприємства	160
<i>Хорольська А. С., Іваннікова М. М.</i> Комплекс «4 Р» у соціально-етичній концепції маркетингу	163
<i>Шарко Б. Р., Карпенко Н. В.</i> Маркетинговий інструментарій підприємства в сучасних умовах.....	165
<i>Ярьсько А. П., Яловега Н. І.</i> Роль лідогенерації у процесі вдосконалення комунікацій підприємства.....	166

СЕКЦІЯ 13. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

<i>Книш Я. А., Кириченко О. В.</i> Документальне забезпечення експертних досліджень виробів санітарно-гігієнічних.....	169
<i>Яценко А. О., Гнітій Н. В.</i> Еспертиза кисломолочного сиру за фізико-хімічними показниками	171
<i>Дмітрієва А., Бондар І., Гнітій Н. В.</i> Експертиза вершкового масла вітчизняних виробників за фізико-хімічними показниками	173
<i>Бондарець Т. Г., Гнітій Н. В.</i> Експертиза якості дитячого харчування на прикладі яблучного пюре за нутриціологічними та фізико-хімічними показниками	175
<i>Годунок А. Д., Гнітій Н. В.</i> Фізико-хімічна експертиза якості плавленого сиру.....	176
<i>Кравчук В. В., Гнітій Н. В.</i> Еспертиза якості сиру «Бринза» за нутриціологічним складом	178

СЕКЦІЯ 14. ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ

Панайотова Т. Б., Губа Л. М. Стан ринку косметичної продукції в Україні	181
Брихачко І. І., Назаренко В. А. Сучасні аспекти виробництва кисломолочних напоїв	183
Костик Д. О., Назаренко В. А. Інновації у виробництві безалкогольних напоїв	186
Макаренко Д. М., Рачинська З. П. Дослідження показників якості тональної основи фірми «BOURJOIS» «HEALTHY MIX»	188
Шамрай В. П., Сахно Т. В. Дослідження поверхневих енергетичних характеристик тефлону	191
Панайотова Т. Б., Семенов А. О. Фотобіологічна безпечність ламп та лампових систем	193
Іващенко Д. О., Хмельницька Є. В. Вивчення мікробіологічних показників ферментованих овочів	196
Голуб О. В., Флока Л. В. Оцінка якості кавових напоїв на основі цикорію	198
Періста Л. М., Флока Л. В. Комплексна оцінка якості безглютенового печива	200
Рахматов А., Флока Л. В. Биотехнологии при производстве виноградных вин	202
Голубицька О. Р., Гнітій Н. В. Аналіз якості кави розчинної за фізико-хімічними показниками	204
Чопик К. В., Гнітій Н. В. Визначення фізико-хімічних показників якості чорного чаю	206
Benetti Wisper, Aelita Mseka Kachifubu, N. V. Gnitiy. Examination of the phisico-chemical qualiti of energy drinks	207
Влізько В. С., Горячова О. О. Дослідження особливостей хімічного складу та безпечність слабоалкогольних газованих напоїв	209

<i>Дмитренко А. С., Горячова О. О.</i> Сучасний асортимент кисломолочних напоїв	212
---	-----

СЕКЦІЯ 15. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Алізаде Ф. І., Капліна Т. В.</i> Інтеграція «MICHELIN RED GUIDE» у світовий ресторанний бізнес	214
<i>Білай А. В., Володько О. В.</i> Сучасні енергоефективні та ресурсозберігаючі технології для готельних підприємств	217
<i>Головченко Л. В., Капліна Т. В.</i> Упровадження інноваційних технологій у готелі категорії «***» на 164 місця в місті Чернігів	219
<i>Дика Є. Т., Рогова Н. В.</i> Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії за рахунок інноваційних технологій	223
<i>Жувага А. О., Куш Л. І.</i> Професійна культура персоналу підприємства індустрії гостинності – один із факторів його конкурентоспроможності	226
<i>Львіна Є. Е., Кирніс Н. І.</i> Основні формати пропозицій бізнес-харчування в Полтавському регіоні	229
<i>Ситник В. В., Карпенко В. Д.</i> Впровадження інновацій у готелі «Оберіг» у м. Київ	231
<i>Турченко Д. Д., Карпенко В. Д.</i> Перспективи впровадження соціальних інновацій у підприємствах готельного господарства	233
<i>Фірсов К. С., Рибаків С. С.</i> Особливості складання меню для ресторану	235
<i>Чермеренкова М. Д., Куш Л. І.</i> Актуальні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Полтавському регіоні	237

СЕКЦІЯ 16. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

<i>Бондаренко К. О., Жушман І. В., Тараненко О. О.</i> Чинники розвитку туризму в регіоні	240
<i>Василевська А. О., Тараненко О. О.</i> Стан та перспективи розвитку круїзного туризму.....	242
<i>Виноградова А. М., Тараненко О. О.</i> Соціально-економічні чинники розвитку туризму у Волинській області	244
<i>Зубаха В. В., Карпенко Ю. В.</i> Аналіз інфраструктурної компоненти рекреаційно-туристичного потенціалу Запорізької області.....	247
<i>Коваль Н. О., Логвин М. М.</i> «Похмурий» туризм: сучасні реалії та перспективи розвитку	250
<i>Міхно К. А., Тараненко О. О.</i> Туристична привабливість Франції.....	252
<i>П'явка К., Шуканов П. В.</i> Архітектурно-історичні ресурси – візитівка туристичної Полтавщини	254
<i>Скрипник Я. В., Тараненко О. О.</i> Стан та перспективи розвитку космічного туризму	256
<i>Троценко А. В., Логвин М. М.</i> Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку села	258
<i>Шматченко І. В., Тараненко О. О.</i> Розвиток лікувально-оздоровчого туризму у Львівській області	261
<i>Шокотько Ж. В., Тараненко О. О.</i> Сутність та структура рекреаційно-туристичного потенціалу регіону	263
<i>Юрчишина К. О., Тараненко О. О.</i> Інтернет як інструмент розвитку сфери туризму	266

СЕКЦІЯ 17. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Андрущенко Я. С., Рогова А. Л.</i> Теоретичні аспекти створення борошняних кондитерських виробів для хворих на цукровий діабет	269
---	-----

Колесник В. Г., Бублик І. В., Положишникова Л. О. Використання фруктової сировини у технологіях органічних соусів	271
Майба А. А., Олійник Н. В. Перспективи використання висівків у технології кексів	273
Мирончук І. С., Горобець О. М. Використання рослинної сировини в технології печива	276
Николаєва Д. С., Рогова А. Л. Доцільність використання кербу в технології борошняних кондитерських виробів	278
Рожновська К. О., Положишникова Л. О. Технологія напівфабрикатів кондитерських виробів з використанням концентрату сироваткових білків, отриманого методом ультрафільтрації	280
Рябоконт С. С., Горобець О. М. Використання вторинної сировини в технології солодких страв.....	283
Сіренко Р. Р., Тюрікова І. С. Дослідження біологічної цінності дині	285

СЕКЦІЯ 18. ПИТАННЯ ІНЖЕНЕРІЇ, ОБЛАДНАННЯ ТА МАТЕМАТИКИ

Бондар І. О., Миронов Д. А. Використання паростків пшениці та ячменю в технологіях безалкогольних напоїв	288
--	-----

СЕКЦІЯ 19. СУЧАСНЕ ОСМИСЛЕННЯ ІСТОРІЇ Й КУЛЬТУРИ: ПОДІЇ, ЯВИЩА, ПОСТАТІ

Білаш Т. С., Петренко І. М. Борис Миколайович Мартос (1879–1977) – видатний економіст, кооператор і громадський діяч	290
Вікторова В. О., Петренко І. М. Жінки в історії України	291
Попова Є. І., Петренко І. М. Роль жінки в історії України. Жіноче ім'я як епізод історії. Славетні жінки України	293
Гаврильєв С. С., Сарипин В. В. Олександр Довженко і Шипаччина: «Земля» на полтавській землі.....	295

<i>Прохоренко Т. О., Петренко І. М.</i> Наукова спадщина Бориса Мартоса (1879–1977) та її значення для ефективного розвитку кооперації.....	297
---	-----

СЕКЦІЯ 20. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОСОФІЇ, ПСИХОЛОГІЇ ТА ПЕДАГОГІКИ

<i>Вікторова В. О., Мовчан М. М.</i> Стан стресу: причини та наслідки.....	300
<i>Гахраманова А. Р., Тодорова І. С.</i> Психологія діяльності менеджера щасття (Happiness Manager)	302
<i>Кісурін В. В., Мовчан М. М.</i> Значення темпераменту в діяльності людини.....	306
<i>Кожевніков Д. М., Мовчан М. М.</i> Самотність в юнацькому віці.....	308
<i>Костик Д. О., Мовчан М. М.</i> Дослідження сновидінь: тлумачення та методика	310
<i>Мельнічук Н. В., Тодорова І. С.</i> Компоненти антибулінгової компетентності викладача	312
<i>Огуй Я. В., Мовчан М. М.</i> Мотивація навчальної діяльності студентів.....	314
<i>Попова Є. І., Тодорова І. С.</i> Психологія стереотипів і упереджень	316
<i>Саленко Є. В., Мовчан М. М.</i> Вольова поведінка людини та проблеми її розвитку	319

СЕКЦІЯ 21. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

<i>Кириленко Ю. С., Ахтирська Н. М.</i> Екстремальні види спорту в Україні на 2018–2019 рр. Правила безпеки.....	321
<i>Настусевич І. Г., Маркевич О. П.</i> Роль физической культуры в профилактике грыжи позвоночника	322

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 14,8.
Тираж 100 пр. Зам. № 127/1672.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.