

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

**XXXIV наукова
студентська конференція
за підсумками
науково-дослідних робіт
студентів за 2010 рік**

Тези доповідей

Частина 1

7 квітня 2011 року

ПОЛТАВА
РВВ ПУЕТ
2011

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**XXXIV НАУКОВА СТУДЕНТСЬКА
КОНФЕРЕНЦІЯ ЗА ПІДСУМКАМИ
НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ РОБІТ
СТУДЕНТІВ ЗА 2010 РІК**

Тези доповідей

Частина 1

7 квітня 2011 року

**ПОЛТАВА
РВВ ПУЕТ
2011**

Редакційна колегія:

О. В. Карпенко, к.е.н., проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків;

Н. І. Коливушка, завідувач науково-організаційного відділу;

Г. О. Соболев, к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту;

Л. В. Дрошиш, к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства;

А. В. Хван, старший викладач кафедри ділової іноземної мови;

Ю. І. Дивоняк, асистент кафедри хімії;

Т. Ю. Суткович, к.т.н., доцент кафедри технології та організації харчових виробництв.

Тези доповідей XXXIV наукової студентської конференції за
Т29 підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2010 рік :
в 2 ч. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – Ч. 1. – 148 с.

ISBN 978-966-184-139-9

Збірник містить тези найкращих доповідей XXXIV наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2010 рік. Проблеми, що піднімаються авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу приділено висвітленню результатів наукових досліджень у сфері економіки та підприємництва, інформаційних і мережевих технологій, товарознавства, харчових технологій та інженерії.

УДК 330:378(063)

ББК 78.54(4Укр)

Тези доповідей надруковано мовою оригіналу, у редакції авторів. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, імен власних, інших відомостей.

СТВОРЕННЯ САЙТУ ДЛЯ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ «SPLASH»

М. О. Іщенко, І-41

О. О. Валуйська, к.ф.-м.н., доцент – науковий керівник

Основною вимогою, які були наведені до сайту є підвищення продажу товарів або послуг. Варіант реклами через інтернет керівництво магазину «Splash» обрало тому, що не є секретом, що:

1) люди щодня ведуть пошук необхідної інформації про товари та послуги в Інтернеті, і чи знайдуть вони їхньої компанії, залежить від них;

2) сайт приносить вигоду кожній компанії, організації;

3) сайт потрібний не компаніям, а їх потенційним партнерам і клієнтам.

Не один раз в історії світового бізнесу наступав момент, коли доводилося робити вибір вводити прогресивні підходи чи продовжувати користуватися консервативними методами ведення бізнесу. Зараз саме такий період. Комерція в усьому світі впевнено переходить у світ, де немає часів року, немає ночі і дня, де не існує дверей з написом «Закрито» – у світ Інтернет [2].

Тому сайт створюється з рекламною метою і для інформування користувачів сайту, зокрема клієнтів та партнерів.

Магазин жіночого одягу «Сплеш» навів вимоги до сайту:

1) світлий (бажано білий) фон;

2) всі елементи, які будуть на сайті, повинні бути розташовані по порядку (бажано вертикально).

3) зверху можливий невеличкий візерунок (щоб дуже не виділявся);

4) під візерунком пункти меню (горизонтально);

5) далі повинна бути розташована назва магазину, співпадаюча своїм шрифтом і кольором з вивіскою на самому магазині. Назва повинна виділятися на світлому фоні своїм темним кольором (чорним чи сірим) та великим розміром шрифта.

6) на головній сторінці повинна бути розташована анімаційна дошка головних брендів-фірм (горизонтальний паралелограм, на якому будуть міститися картинки, з яких буде зрозуміло назви головних брендів);

7) низ сайту повинна відділяти лінія-візерунок, схожа за своїм стилем з верхім візерунком;

8) також знизу повинна міститися інформація про головного власника сайту, тобто магазин «Сплеш», та електронна пошта, адреса, факс, телефон;

9) пункти меню повинні складатися з не більше 4–5 пунктів;

10) пункт «Бренди» повинен мати посилання до сайтів головних брендів, опис кожного бренду (можна на мові оригіналу, тобто англійською). Кожен з 6 головних брендів крім свого опису-історії, повинен мати невеличку галерею картинок-реклам (своя продукція чи фото рекламних фото);

11) пункт «Про нас» повинен містити невеличку історію магазину, тобто дату створення, його концепцію, головну мету та фото інтер'єру магазину;

12) пункт «Контакти» має містити контактні телефони, факс, адресу, електронну пошту, фото фасаду магазину (можливо карту проїзду з посиланням на *Google Maps* чи на Яндекс карти);

13) текст на сайті повинен бути російською та англійською мовами;

14) на сайті не повинно бути розміщено інформацію, що не стосується головним вимогам та тематиці сайту.

Були враховані всі умови з 1 по 13. При написанні сайту, використовувалися сучасні технології Flash для візуалізації графічних об'єктів, метод гіперпосилань. На сайті був використаний логотип «Splash». Інтернет сайт підприємства є відкритим і завдяки цьому може оперативно оновлюватися новою інформацією, за допомогою технології Flash можна створювати нові графічні об'єкти і додавати їх на потрібну сторінку сайту [3]. Платформа, на якій було створено сайт є *Wordpress* [4]. Вона була вибрана не випадково, тому що дає можливість швидко оновлювати контент, наприклад додавати новини тощо. Також деякі елементи на сайті були вставлені за допомогою *Java Script*, наприклад музичне оформлення сайту у вигляді маленького програвача.

Список використаних джерел

1. Тітов О. Сделать сайт в оффлайне, от и до? Реально / О. Тітов. – М. : Фенікс, 2007. – 544 с.
2. Данкан Р. Введение в HTML / Р. Данкан. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 279 с.
3. Сабин Данкан. Каскадные таблицы стилей, или CSS для начинающих. – М. : Маркетинг, 1999. – 492 с.
4. Сабин-Вильсон Лайза. Wordpress для чайников. – М. : Диалектика, 2009. – 356 с.

<i>Б. П. Данилейко, Н. Г. Романова.</i> Сайт «Полтавський дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) «Білосніжка» № 37».....	110
<i>М. О. Іщенко, О. О. Валуїська.</i> Створення сайту для магазину жіночого одягу «SPLASH»	113
СЕКЦІЯ 12. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА	115
<i>Т. С. Юрко, Н. В. Безрукова.</i> Глобальна монополізація капіталу	115
<i>N. G. Bazavluk, N. V. Bezrukova.</i> The features of companies' restructuring on the basis of capital merger and acquisition.....	117
<i>С. І. Туль, О. В. Горячов.</i> Механізм реалізації стратегії виходу іноземної компанії на ринок України	122
СЕКЦІЯ 13. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ	126
<i>О. О. Залужна, О. С. Куцевол.</i> Застосування математичного апарату при статистичному аналізі впливу продуктивності праці на обсяг виробництва продукції.....	126
<i>М. О. Вовк, Л. І. Вовк, Л. М. Мироненко.</i> Фізика і товаровознавство	127
СЕКЦІЯ 14. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ	130
<i>В. П. Васьківський, А. Д. Кобищан.</i> Дослідження асортименту приладів для обігрівання приміщень	130
<i>А. М. Мацюк, Ю. О. Басова.</i> Безпека синтетичних мийних засобів	132
<i>І. В. Цапенко, Л. І. Молебна.</i> Формування асортименту шкіряного жіночого модельного взуття	134
СЕКЦІЯ 15. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ	137
<i>М. О. Бугаєнко, О. О. Нестуля.</i> Залежність успіхів підприємства чи організації від стилю лідерства	137
<i>Л. П. Срапян, О. В. Боровиков.</i> Мотивація праці у підприємницькій діяльності.....	139
<i>А. В. Харченко, Т. А. Костишина.</i> Формування та управління кадровою політикою на підприємстві.....	142