

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLVIII Міжнародної наукової студентської
конференції за підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2024 рік

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)



ПОЛТАВА 2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

*До Дня науки в Україні та
Міжнародного року
кооперативів 2025*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLVIII Міжнародної наукової студентської
конференції за підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2024 рік

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

**Полтава
ПУЕТ
2025**

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082) *Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі ЗАБОРОНЕНО*
А43

Видано відповідно наказу по університету № 24-Н від 29 січня 2025 року.

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету – Н. С. Педченко, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;

Заступник голови організаційного комітету – Н. І. Манжура, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ;

О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, д-р техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

Л. М. Діденко, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ;

Ю. В. Перегуда, директор міжнародного науково-освітнього центру ПУЕТ;

Д. С. Семикоз, начальник відділу розвитку та інновацій ПУЕТ;

А. В. Філіпповський, голова Студентської ради університету ПУЕТ;

Д. А. Посполітак, голова Наукового товариства студентів ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

А43 **Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у ХХІ столітті: тези доповідей XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 рік (м. Полтава, 10 квітня 2025 р.).** – Полтава: ПУЕТ. – 726 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-472-7

Збірник містить тези доповідей XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 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. Збірник присвячено Дню науки в Україні та Міжнародному року кооперативів.

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)

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

ISBN 978-966-184-472-7

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2025

- 3) Відповідно до географії сайт відвідують з таких країн: Україна (90,72 %), Сполучені Штати Америки (2,31 %), Велика Британія (1,25 %), Росія (1,49 %) та Німеччина (1 %).
- 4) Через сервіс можливе відслідковування трафіку сайту з різних каналів.

Після огляду можливостей сервісу та ознайомлення з результатами аналізу офіційної сторінки Полтавського університету економіки і торгівлі можна вивести ряд висновків:

1. ІІІ – це сукупна система яка дає можливість бізнесу для розвитку, головне використовувати у потрібному напрямку, або використовувати навчені системи аналітики та роботи в маркетингу з вбудованим ІІІ;

2. Аналіз офіційної сторінки Полтавського університету економіки і торгівлі показує наглядний приклад аналізу веб-сайту, що говорить про те, що при регулярному оцінюванні можна визначати правильні напрямки руху та розвитку власного веб-сайту;

3. Загальний аналіз можливостей сервісу показує, що за допомогою таких систем можна швидше та глибше зазирнути у аналітику та своєчасно реагувати на зміни в трендах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Prjctr. URL: <https://prjctr.com/knowledge-base/aicases> (дата звернення: 07.04.2025).
2. Similarweb. URL: <https://pro.similarweb.com> (дата звернення: 07.04.2025).

BCG-АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА «АВК»

В. О. Клименко, студентка спеціальності Маркетинг, група М ІМ 6-41

Н. В. Карпенко, д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Для проведення BCG-аналізу необхідно визначити частку ринку та темпи зростання ринку для кожного СГП.

Частка ринку розраховується як співвідношення обсягів продажів СГП до обсягів продажів найбільшого конкурента [1].

Темпи зростання ринку розраховуються як темпи зростання обсягів продажів ринку протягом певного періоду часу (зазвичай 1–3 роки).

На основі розрахованих значень частки ринку та темпів зростання ринку будується матриця BCG, яка має чотири квадранта:

- *Зірки*: СГП, які мають високу частку ринку на ринку, що швидко зростає. Ці СГП генерують значні обсяги готівки, яку можна використовувати для інвестування в інші СГП.

- *Проблемні діти*: СГП, які мають високу частку ринку на ринку, що повільно зростає або скорочується. Ці СГП потребують значних інвестицій для підтримки своєї частки ринку.

- *Корови*: СГП, які мають низьку частку ринку на ринку, що повільно зростає або скорочується. Ці СГП генерують стабільні потоки готівки, які можна використовувати для інвестування в інші СГП.

- *Собаки*: СГП, які мають низьку частку ринку на ринку, що швидко зростає. Ці СГП генерують низькі обсяги готівки і потребують значних інвестицій для підтримки своєї частки ринку.

Згідно з матрицею BCG (табл. 1) підприємство має такі товари:

- *Зірки*: Цукерки шоколадні.
- *Дійні корови*: Печиво.
- *Проблемні діти*: Карамелі.

Таблиця 1 – Матриця BCG підприємства АВК

СГП	Обсяги продажів (тис. грн)	Кількість конкурентів	Обсяги продажів трьох головних конкурентів (тис. грн)	Темпи зростання ринку (%)	Обсяг продажів найбільшого конкурента (тис. грн)	Частка ринку, %	Стратегічна група
«А»	900 000	12	250 000/1 500 000/ 120 000	15	1 500 000	0,60	Зірки
«Б»	330 000	14	70 000/510 000/ 227 000	3	510 000	0,65	Дійні корови
«В»	220 000	9	250 000/309 000/ 178 000	18	309 000	0,71	Зірки або Проблемні діти

Оцінка стану підприємства:

- Підприємство має один товар-зірку, що свідчить про його потенціал зростання.
 - Підприємство має один товар-дійну корову, який генерує грошові потоки.
 - Підприємство має один товар-проблемні діти, який потребує ретельного аналізу для визначення його потенціалу.
- Загалом, стан підприємства можна оцінити як сприятливий, але з певними ризиками.

Нами запропоновано рекомендації щодо стратегії для кожного СГП:

Товар А: цукерки шоколадні (Зірки):

- Продовжувати інвестувати в цей товар, щоб зберегти його лідерство на ринку.
- Розширювати частку ринку за рахунок нових продуктів та нових ринків.
- Покращувати ефективність роботи, щоб знизити витрати та підвищити прибутковість.

Товар Б: печиво (Дійні корови):

- Підтримувати існуючу частку ринку.
- Використовувати грошові потоки від цього товару для інвестування в товари-зірки та знаки питання.
- Розглянути можливість розширення лінійки продуктів або виходу на нові ринки.

Товар В: карамелі (Проблемні діти):

- Провести ретельний аналіз цього товару, щоб визначити його потенціал.
- Якщо аналіз покаже, що товар має потенціал стати зіркою, інвестувати в його розвиток.
- Якщо аналіз покаже, що товар не має потенціалу, розглянути можливість його виведення з ринку.

Проведений BCG-аналіз господарського портфеля підприємства «АВК» дозволяє зробити висновок, що підприємство має збалансований асортимент товарів із потенціалом для подальшого розвитку. Наявність товару-зірки (шоколадні цукерки) свідчить про можливість зростання та закріплення лідерських позицій на ринку. Товар-дійна корова (печиво) забезпечує стабільний грошовий потік, який доцільно використовувати для підтримки і розвитку інших стратегічних груп товарів. Товар-проблемна дитина (карамелі) потребує додаткового аналізу для

визначення доцільності подальших інвестицій або потенційного виведення з ринку. Загалом, підприємство знаходиться у сприятливому становищі, але для забезпечення довгострокового успіху необхідно ефективно реалізувати запропоновані стратегії для кожної товарної групи та своєчасно реагувати на зміну ринкової ситуації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В., et al. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 (2021).

ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯМ ПІДПРИЄМСТВА

І. П. Кобилецька, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля

І. А. Франів, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Розвиток ринкової економіки спричинив необхідність зміни підходів до виробництва та реалізації товарів, орієнтуючи їх на задоволення потреб і запитів споживачів. Господарська система України викликає значний інтерес у вітчизняних підприємців та економістів щодо застосування маркетингової концепції управління як на рівні окремих підприємств, так і в межах об'єднань. Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що впровадження маркетингового підходу сприяє вдосконаленню внутрішньофірмового управління та забезпечує конкурентні переваги підприємствам.

Маркетинг передбачає гнучкість управлінських рішень, ініціативність, активний пошук ефективних шляхів адаптації до ринкових умов та впливу на поведінку споживачів. Його основою є не жорстке дотримання директивних планів, а насамперед глибоке розуміння реальної ринкової ситуації, аналіз споживчих уподобань та стратегічна ініціатива підприємства.

Головна мета маркетингової діяльності компанії – забезпечення її прибутковості у визначені часові межі шляхом максимального задоволення потреб споживачів. Для її досягнення необхідно вирішити два ключові завдання: збільшити обсяг