

SCI-CONF.COM.UA

EUROPEAN CONGRESS OF SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS



**PROCEEDINGS OF II INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
FEBRUARY 26-28, 2024**

**BARCELONA
2024**

EUROPEAN CONGRESS OF SCIENTIFIC ACHIEVEMENTS

Proceedings of II International Scientific and Practical Conference

Barcelona, Spain

26-28 February 2024

Barcelona, Spain

2024

UDC 001.1

The 2nd International scientific and practical conference “European congress of scientific achievements” (February 26-28, 2024) Barca Academy Publishing, Barcelona, Spain. 2024. 435 p.

ISBN 978-84-15927-35-8

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // European congress of scientific achievements. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2024. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-congress-of-scientific-achievements-26-28-02-2024-barselona-ispaniya-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: barca@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2024 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2024 Barca Academy Publishing ®

©2024 Authors of the articles

TABLE OF CONTENTS

AGRICULTURAL SCIENCES

1. *Герасько Т. В.* 11
ВИДОВИЙ СКЛАД ПРИРОДНИХ ТРАВ У САДУ ОРГАНІЧНОЇ
ЧЕРЕШНІ
2. *Давидюк О. Г., Кобилінський Я. В., Барановський М. О.,
Пінчук Б. А.* 15
ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ ДЛЯ
ЛІСОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА
3. *Ліхушина Г. А., Бондарева О. Б., Скнипа Н. Л.* 18
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПЛИВУ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗАХОДІВ
НА ФОРМУВАННЯ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ ПШЕНИЦІ
ОЗИМОЇ
4. *Піддубний С. В., Данилюк К. В., Гаращук Т. М., Крук Д. П.* 23
ЩОДО МОЖЛИВОСТІ ВІДНОВЛЕННЯ НАСАДЖЕНЬ СОСНИ
ЗВИЧАЙНОЇ В СУБОРАХ
5. *Світельський М. М., Іщук О. В., Ковальчук І. І., Матковська С. І.,
Слюсар М. В.* 26
ВПЛИВ ЗМІНИ ВМІСТУ СПОЛУК КАЛЬЦІЮ І ФОСФОРУ У
ВОДІ НА СТАН ІХТІОФАУНИ КОНТИНЕНТАЛЬНИХ ВОДОЙМ

MEDICAL SCIENCES

6. *Adilov K. Z., Rizayev Ja. A., Adilova S. T.* 30
SOLUBLE FORMS OF ADHESIVE MOLECULES IN SERUM AS
MARKERS OF ENDOTHELIAL DYSFUNCTION IN CHRONIC
ENDOTHELIAL DISEASE AS MARKERS OF ENDOTHELIAL
DYSFUNCTION IN CHRONIC GENERALIZED PERIODONTITIS
7. *Aliyeva Jamila Telman, Badalova Aytaj Tahir* 37
LIVER ENZYME DYSFUNCTION DEPENDING ON THE
COMPOSITION OF THE PERITONEAL EXUDATE
8. *Vorontsova L. L., Kovalenko V. A., Kozachuk O. S.* 40
THE INFLUENCE OF DIFFERENT TYPES OF ALCOHOL ON THE
CELLULAR LINK OF IMMUNITY IN INFERTILE MEN
9. *Алексєєнко Р. В., Рисована Л. М.* 46
РОЛЬ ПРОЗАПАЛЬНИХ ЦИТОКІНІВ ПРИ ПРОГРЕСУВАННІ
ДІАБЕТИЧНОЇ НЕФРОПАТІЇ У ПАЦІЄНТІВ З ХРОНІЧНОЮ
НИРКОВОЮ НЕДОСТАТНІСТЮ
10. *Богомол К. В.* 53
РОЛЬ ЕФЕКТОРНИХ ПАТОГЕНЕТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ В
РОЗВИТКУ СИНДРОМУ ВОЛЬФА-ПАРКІНСОНА-УАЙТА ТА
ПОГЛЯД НА СУЧАСНІ МЕТОДИ ЙОГО ЛІКУВАННЯ

11. **Бондар С. П.** 58
ВПЛИВ ПОМИЛОК В НАДАННІ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ НА ПОЛІ БОЮ НА РЕЗУЛЬТАТИ ВІДНОВНО-РЕКОНСТРУКТИВНОЇ ОРТОПЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ ПОСТРАЖДАЛОМУ
12. **Візір М. О., Пономаренко О. В.** 62
РОЛЬ ВІТАМІНУ D В РОЗВИТКУ ПСОРИАЗУ
13. **Гаврюшов Д. М., Заболотна А. В., Калюжна В. М., Андрійчук Т. П.** 65
ІНФЕКЦІЙНО-ЗАПАЛЬНІ ЗАХВОРЮВАННЯ ЖІНОЧИХ СТАТЕВИХ ОРГАНІВ: МЕТОДИ РАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОТИМІКРОБНОЇ ТА ПРОТИПРОТОЗОЙНОЇ ТЕРАПІЇ
14. **Гузоватий О. Ю.** 72
ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІЧНИХ УРАЖЕНЬ ЗОВНІШНІХ ШКІРНИХ ПОКРИВІВ ПРИ МІННО-ВИБУХОВИХ ТРАВМАХ В БОЙОВИХ УМОВАХ СУЧАСНОЇ ВІЙНИ
15. **Коритнюк О. Я., Наумова М. І., Коритнюк Р. С., Давтян Л. Л., Дроздова А. О.** 76
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕРАПЕВТИЧНОГО ЛІКАРСЬКОГО МОНІТОРИНГУ У ГЕРІАТРИЧНИХ ХВОРИХ
16. **Локота Є. Ю., Локота Ю. Є., Грицак М. Є., Вовчок Р. В., Данюк Д. Е.** 83
АНАЛІЗ МІКРОБНОГО СКЛАДУ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ НА ЗУБНУ ЕМАЛЬ
17. **Овдіюк І. С.** 85
ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У РЕАБІЛІТАЦІЇ ПІСЛЯ ІНСУЛЬТУ: НОВИЙ ПІДХІД ДО НЕЙРОПЛАСТИЧНОСТІ
18. **Остапенко К. А., Овчаренко К. В., Бобро Л. М.** 91
СКЛАДНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ ЯК ФАКТОРИ ЗНИЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕЛЕМЕДИЦИНИ СЕРЕД ПАЛІАТИВНИХ ПАЦІЄНТІВ ДОРΟΣЛОГО ТА ПОХИЛОГО ВІКУ
19. **Покришко О. В., Баланович І. О.** 99
МЕТОДИ ЛАБОРАТОРНОЇ ВЕРИФІКАЦІЇ НАЗАЛЬНОГО НОСІЙСТВА S. AUREUS
20. **Сафонова Н. О., Дейнеко М. О.** 102
ВПЛИВ АНЕСТЕЗІЇ НА ІМУННУ ВІДПОВІДЬ ТА РЕАКЦІЮ НА СТРЕС У ПАЦІЄНТІВ У ПЕРЕДОПЕРАЦІЙНОМУ ПЕРІОДІ
21. **Цвігун Б. Б.** 106
ЕТИЧНІ МІРКУВАННЯ В ХІРУРГІЇ: ІНФОРМОВАНА ЗГОДА ТА ПРАВА ПАЦІЄНТІВ – МАЙБУТНЄ ЕТИЧНОЇ ХІРУРГІЧНОЇ ПРАКТИКИ

PHARMACEUTICAL SCIENCES

22. *Колосков В. Ю., Векшин В. О., Гриценко Д. О., Корольова Д. О.* 112
ВПЛИВ НАНОПРЕПАРАТУ $GdVO_4Eu^{3+}$ НА СТАН
АНТИОКСИДАНТНОЇ СИСТЕМИ ЖИВИХ ОРГАНІЗМІВ

CHEMICAL SCIENCES

23. *Ткач В. В., Торіна Н. В., Проконець Н. О., Васюк Л. О.* 119
КОМБІНОВАНІ ХІМІКО-МАТЕМАТИЧНІ ЗАВДАННЯ В
БРАЗИЛЬСЬКОМУ СТИЛІ НА ТЕМУ БОЛІВІЙСЬКОЇ
НАРОДНОЇ ПІСНІ

TECHNICAL SCIENCES

24. *Pohorielov D. I., Pohorielova T. O.* 123
DIGITAL TRANSFORMATION IN BUSINESS AND
MANAGEMENT: UTILIZING CLOUD TECHNOLOGIES, DATA
ANALYSIS, AND OTHER TOOLS
25. *Polyashenko S., Shushlyapin S., Haman S., Kobec M.* 127
INCREASING THE EFFICIENCY OF SMALL BIOREACTORS FOR
ANAEROBIC PROCESSING OF ORGANIC WASTE
26. *Zamikhovskiy L., Mohylin V., Motil Yu.* 134
USE OF DISCRIMINANT ANALYSIS FOR MONITORING THE
TECHNICAL CONDITION OF GAS TRANSFER UNITS
27. *Желновач І. О., Синжерян А. А., Гельдт С. В., Павленко С. М.,
Заводний О. О., Онищенко Ю. М.* 140
РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
КІБЕРБЕЗПЕКИ ОБ'ЄКТІВ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В
УКРАЇНІ
28. *Лимар М. М., Стадник А. О.* 147
ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ НА
ПЛАТФОРМІ ANGULAR
29. *Молодцов Д. Е.* 149
ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ
ХАРАКТЕРИСТИК МЕХАНІЧНИХ ТУРНІКЕТІВ
30. *Радчук І. Ю.* 154
АНАЛІЗ ТА ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА МЕТОДІВ ТЕСТУВАННЯ
БЕЗПЕКИ ВЕБ-ДОДАТКІВ
31. *Сторчай Н. С., Гусейнов О. А., Запорожець В. І.* 160
ДОСВІД СТВОРЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПОЗИЦІЙНИХ
В'ЯЖУЧИХ
32. *Супрунов В. Р.* 164
РОЗПІЗНАВАННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ
МАШИННОГО НАВЧАННЯ

33. **Хапченко О. В.** 168
 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОТОТИПУ
 ТИФЛОТЕХНІЧНОЇ НАВИГАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ОСНОВІ
 СМАРТФОНУ
34. **Хапченко О. В.** 175
 ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ АУДІО-НАВИГАЦІЇ ДЛЯ ОСІБ З
 ВАДАМИ ЗОРУ З ВИКОРИСТАННЯМ СМАРТФОНУ
35. **Чайковський С. Ю.** 182
 МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЯКОСТІ ПРИ ПРОВЕДЕННІ
 ЛАБОРАТОРНИХ ВИПРОБУВАНЬ: РОЗРОБЛЕННЯ ТА
 ВПРОВАДЖЕННЯ
36. **Юреско Т. А.** 186
 ІНТУМІСЦЕНТНЕ ПОКРИТТЯ ДЛЯ ЗАХИСТУ ЕЛЕКТРИЧНИХ
 КАБЕЛІВ ПРИ ПОЖЕЖІ

PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES

37. **Abbasova Samira Vaqif, Hasanova Ramida Saladdin, Alakbarova Nazrin Jeyhun** 192
 ABSOLUTE AND RELATIVE ERROR IN MATHEMATICS
38. **Аркатов Ю. М., Георгаліна О. Р., Сінявський О. В.** 199
 СХЕМА ШИФРУВАННЯ, ЩО ВИКОРИСТОВУЄ ДЕРЕВА
 ТИПІВ МОНОТОННИХ БУЛЕВИХ ФУНКЦІЙ
39. **Калайда О. Ф.** 203
 МЕТОДИ ЧЕБІШОВА ЗНАХОДЖЕННЯ КРАТНИХ НУЛІВ ТА
 ПОЛЮСІВ СКАЛЯРНИХ ФУНКЦІЙ
40. **Мироненко О. В.** 205
 АНАЛІЗ ПОБУДОВИ МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ
 ВІЙСЬКОВИХ СИТУАЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ
 ДИФЕРЕНЦІАЛЬНИХ РІВНЯНЬ
41. **Солдатенко С. С.** 209
 ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА УРОКАХ
 МАТЕМАТИКИ У ПРОЦЕСІ ВИКОРИСТАННЯ
 ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

GEOGRAPHICAL SCIENCES

42. **Daus M. E., Maistrenko I. Yu.** 215
 IMPACT OF THE WAR ON THE BLACK SEA
43. **Бубир Н. О., Серга Я. В.** 222
 СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РАЦІОНАЛЬНОГО
 ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПЕТРИКІВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ
 ГРОМАДИ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ УКРАЇНИ

GEOLOGICAL AND MINERALOGICAL SCIENCES

44. *Буяневич І. В.* 227
BIOGEOMORPHOLOGICAL RESEARCH IN AQUATIC
SETTINGS: ENHANCING ACCESS WITH SMALL
PADDLECRAFT

ARCHITECTURE

45. *Еynullayeva Malahat, Murad Mir-zada* 231
FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF RESIDENTIAL
DEVELOPMENT IN THE CITY OF SUMGAYIT
46. *Гусейнова А. Р.* 238
АРХИТЕКТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ НАХЧЫВАНА XIV-XX ВЕКОВ

PEDAGOGICAL SCIENCES

47. *Єфименко Н. Р., Коростиленко Л. П., Дорогейко Л. І.,
Серажим С. М.* 240
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В
ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЦІОЇ ОСВІТИ
48. *Зажарська Г. П.* 244
ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНОЛОГІЯ: СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ПОНЯТТЯ
49. *Кохан Л. В.* 249
ВИКОРИСТАННЯ ПАМ'ЯТОК-АЛГОРИТМІВ ПІД ЧАС
ОПРАЦЮВАННЯ ЗМІСТУ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ У ПРОЦЕСІ
ВИВЧЕННЯ ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН
50. *Крамаренко І. С.* 255
ЕФЕКТИВНЕ НАВЧАННЯ НА УРОКАХ ХІМІЇ ЗА
ДОПОМОГОЮ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
51. *Онкович Г. В., Молодиченко А., Орлова Є., Онкович А. Д.* 260
ВІКІДИДАКТИКА: МЕДИЦИНА У ВІКІПЕДІЇ
52. *Ткаченко О. М.* 272
ІГРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕДАГОГА
53. *Шинкарьова В. С.* 277
КЛЮЧОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ
РАМОК ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

54. *Гандзюк Л. М., Ульянов В. О.* 281
ВПЛИВ СТРЕСУ НА ФОРМУВАННЯ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ
55. *Гегельська К. В., Лісовенко А. Ф.* 285
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНЦІВ
56. *Парашкевова С. С.* 291
ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ НА СНОВИДІННЯ: АНАЛІЗ
ІНТЕНСИВНОСТІ СНОВИДІНЬ ТА ЧАСТОТИ ЇХ
ЗАПАМ'ЯТОВУВАННЯ

57. *Шмалей С. В., Самокіш В. І.* 296
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ
ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

ART

58. *Kuznietsova T.* 301
THE PANTOMIME TODAY: THE SPECIFICS OF DIRECTING
AND THE APPLIED ASPECT OF STAGE PERFORMANCE
59. *Ілечко М. П.* 307
ТЕОРЕТИКО-МУЗИКОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ ДО ВИВЧЕННЯ
ФЕНОМЕНА СЮЇТНОСТІ ЯК САМОСТІЙНОЇ ЖАНРОВОЇ
ОДИНИЦІ
60. *Пайлодзе Н. О., Абесадзе Н. М., Лурсманашвили Л. Г.,
Квантидзе Г. Д.* 314
ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ОРНАМЕНТА В ИЗДЕЛИЯХ ГОРНОЙ
АДЖАРИИ
61. *Трушевська А. В.* 321
ІНТУЇЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТУДЕНТА ТВОРЧОЇ
СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

HISTORICAL SCIENCES

62. *Гордійчук В. В.* 325
ЗБЕРЕЖЕННЯ ДУХОВНОЇ СПАДЩИНИ ТА БЛАГОДІЙНА
ПІДТРИМКА КОРЕЦЬКОГО ЖІНОЧОГО МОНАСТІРЯ В КІНЦІ
XIX СТОЛІТТЯ

PHILOLOGICAL SCIENCES

63. *Паладьєва А. Ф., Кужель Р. В., Терезюк Н. Ф.* 330
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО ЗНАЧУЩИХ КОНЦЕПТІВ КРІЗЬ
ПРИЗМУ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ІВ: МЕТАФОРИЧНИЙ
АСПЕКТ

ECONOMIC SCIENCES

64. *Lazarieva O., Mas A.* 344
LAND USE SYNERGETIC FEATURES
65. *Акулюшина М. О., Сарлачан Н. В., Іоргова Е. В., Абдулова Х. В.* 348
ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ В КОМЕРЦІЙНОМУ
БАНКУ
66. *Боденчук Л. Б., Баєва Т. Д., Тернова Ю., Сараїн В.* 355
ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНКА ТА ШЛЯХИ
ОЗДОРОВЛЕННЯ
67. *Буреннікова Н. В.* 361
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ
РИЗИКІВ: СУТНІСТЬ, ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ

68.	<i>Воздвиженський В. В., Балацький О. В.</i>	369
	ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЯХ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА	
69.	<i>Ганжала І. В., Шевченко Н. В., Терещенко Т. О.</i>	372
	СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	
70.	<i>Дем'янчук І. В.</i>	376
	ЗЕМЕЛЬНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	
71.	<i>Заєць М. А., Боденчук С. В., Григор'єва Ю. С., Малай О. І.</i>	381
	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА	
72.	<i>Кисільова І. Ю., Фоменко С. С.</i>	387
	СУЧАСНИЙ СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ	
73.	<i>Ліганенко І. В., Боденчук П. С., Москалюк В. І., Ябс А. А.</i>	392
	УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ	
74.	<i>Мірошніченко О. В., Приходько О. Ю., Бузіян І. І., Данилова Я. О.</i>	398
	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	
75.	<i>Прінци І. В.</i>	402
	СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	
76.	<i>Прохорова М. Е., Лотарєв А. Г.</i>	409
	МІСЦЕ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ОБМІНІ	
77.	<i>Томашевська О. В., Савченко М. В.</i>	416
	ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ	
78.	<i>Юхименко М. С., Чала Т. Г.</i>	420
	ВАНІ СВІТ В УКРАЇНІ: АНАЛІТИКА НА МЕЗОРІВНІ	
LEGAL SCIENCES		
79.	<i>Крочак Є. І., Мельниченко М. В., Сьобко С. О.</i>	427
	ЧИ ПОТРІБЕН ОBOB'ЯЗКОВИЙ ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ?	
80.	<i>Новик Б. В.</i>	430
	ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ	

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ліганенко Ірина Віталіївна

к.е.н. доцент

Боденчук Павло Сергійович

викладач

Москалюк Василіса Іванівна

Ябс Альбіна Альбертівна

студенти

Придунайська філія МАУП

У сучасному світі перетворення в інформаційних технологіях та суспільстві загалом ведуть до перегляду та модернізації багатьох сфер нашого життя, включаючи маркетинг. Від традиційних методів, таких як реклама в газетах і теле-роліках, до нових цифрових стратегій, заснованих на даних та інтерактивності, маркетинг безперервно еволюціонує.

Маркетинг – це сукупність стратегій і методів, вкладених у задоволення потреб споживачів через пропозицію товарів чи послуг. Основна мета маркетингу полягає в тому, щоб задовольнити потреби та бажання цільової аудиторії, розробляючи та пропонуючи їм цінні продукти чи послуги, які задовольняють потреби цільової аудиторії. Це може включати покращення якості життя, підвищення комфорту, задоволення потреб у самовираженні, досягнення цілей тощо.

Досягнення цієї мети забезпечує компаніям утримання та розширення своєї клієнтської бази, встановлення довірчих відносин зі споживачами, і, зрештою, підвищення доходів та прибутку.

Дослідження, що стосуються еволюції маркетингових стратегій, є широке поле, що охоплює різні аспекти як традиційних, і сучасних підходів у маркетингу. Традиційні методи маркетингу включають широкий спектр стратегій і тактик, які використовувалися до появи цифрової епохи. Ось кілька основних традиційних методів маркетингу:

- 1) Реклама у пресі: Реклама у газетах та журналах, включаючи

оголошення, статті-реклами, банери та інші форми прес-реклами.

2) Телевізійна реклама: Реклама продуктів чи послуг телебаченні як рекламних роликів і спонсорських передач.

3) Радіореклама: Реклама на радіо, включаючи рекламні передачі, аудіо-оголошення та спонсорські проекти.

4) Прямий маркетинг: Включає такі методи, як розсилка прямий поштової реклами, телемаркетинг, та персональні продажі.

5) Виставки та ярмарки: Участь у торгових виставках та ярмарках для просування продуктів та послуг, отримання зворотного зв'язку та встановлення контактів з потенційними клієнтами та партнерами.

6) Відносини з громадськістю: Використання засобів для створення публічного іміджу компанії, публікації прес-релізів, організації заходів та інших громадських акцій.

7) Спонсорство: Підтримка подій, спортивних команд чи культурних заходів для підвищення впізнаваності бренду та створення позитивного образу компанії.

Ці традиційні методи маркетингу все ще широко використовуються в різних галузях і мають унікальні переваги, особливо в контексті конкретних ринків і цільової аудиторії. Однак, з розвитком цифрових технологій, багато компаній також включають до своїх маркетингових стратегій онлайн-канали для більш широкого охоплення аудиторії [1, с. 89].

Одним із важливих аспектів еволюції маркетингових стратегій є перехід від масового маркетингу до персоналізованих підходів. Дослідження показують, що з розвитком цифрових технологій стала можливою наріжна зміна стратегій із фокусом на індивідуального споживача.

Це підтверджується рядом досліджень, наприклад, аналізом купівельної поведінки в онлайн-середовищі та його впливом на формування персоналізованих рекламних пропозицій.

Крім того, дослідження звертають увагу на вплив соціальних медіа на маркетингові стратегії. Вони наголошують, що у сучасному маркетингу

важливо активно взаємодіяти з аудиторією через соціальні платформи, що відбиває зрушення від односторонньої комунікації до двостороннього діалогу між брендами та споживачами. Також дослідження підтверджують важливість аналізу даних для ефективної розробки маркетингових стратегій. У сучасній епісі дані стають ключовим інструментом для виявлення потреб клієнтів, прогнозування тенденцій ринку та виміру ефективності маркетингових кампаній [2].

Цифровий маркетинг являє собою широкий спектр стратегій та тактик, які використовуються для просування продуктів та послуг через цифрові канали. Ключові технологічні та соціокультурні зміни суттєво вплинули на методи маркетингу, призводячи до зсуву від традиційних підходів до нових стратегій та тактик.

1) Цифрові технології та інтернет: Впровадження інтернету та зростання доступності цифрових технологій змінили пейзаж маркетингу. Онлайн-присутність компаній, електронна комерція, пошукова оптимізація (SEO) та контекстна реклама зробили маркетинг більш точковим та доступним для широкої аудиторії.

2) Соціальні медіа: Поява соціальних платформ, таких як Facebook, Instagram, Twitter , змінила спосіб, яким компанії можуть взаємодіяти зі споживачами. Соціальні медіа дозволяють брендам створювати спільноти, залучати аудиторію та будувати довіру через контент-маркетинг та взаємодію.

3) Великі дані та аналітика: Зростання обсягу даних та можливостей аналітики дозволяють компаніям ефективніше розуміти свою аудиторію, налаштовувати персоналізовані пропозиції та вимірювати результати маркетингових кампаній.

4) Мобільні пристрої: Поява смартфонів змінила спосіб, яким люди споживають контент. Мобільний маркетинг, розробка мобільних програм та оптимізація контенту для мобільних пристроїв стали важливими аспектами сучасних маркетингових стратегій.

5) Зміна споживчої поведінки: Цифрові технології та соціальні медіа

також змінили, як споживачі шукають інформацію, здійснюють покупки та взаємодіють із брендами. Споживачі стали більш поінформованими, критичними та чекають на персоналізований підхід [3, с. 51].

Ці зміни призвели до перегляду маркетингових стратегій та акцентування уваги на інноваціях, персоналізації та взаємодії зі споживачами в цифровій епісі. Традиційні та цифрові маркетингові стратегії мають свої унікальні переваги та обмеження, і їхня ефективність залежить від багатьох факторів, включаючи характер бізнесу, цільову аудиторію та бюджет підприємства.

Переваги традиційних маркетингових стратегій:

- Традиційні методи, такі як телевізійна реклама та преса, можуть забезпечити широке охоплення цільової аудиторії.

- Традиційні методи мають високий ступінь впізнаваності та можуть викликати більшу довіру у деяких споживачів.

- Деякі традиційні методи, такі як реклама в місцевих газетах чи радіо, можуть бути ефективнішими для локальних бізнесів.

Обмеження традиційних маркетингових стратегій:

- Складність точно виміряти ефективність традиційних методів, таких як друкована реклама чи реклама на місцевих радіостанціях.

- Традиційні методи можуть бути дорогими, особливо для малих та середніх підприємств з обмеженими бюджетами.

Переваги цифрових маркетингових стратегій:

- Цифрові методи дозволяють компаніям більш точно виміряти результати своїх маркетингових зусиль та адаптувати їх у реальному часі.

- Підвищена персоналізація: Онлайн-платформи дозволяють більш точно налаштовувати повідомлення та пропозиції для конкретних сегментів аудиторії.

- Цифрові методи можуть бути більш доступними для компаній з обмеженими бюджетами, і іноді можуть запропонувати найкраще співвідношення ціни та якості.

Обмеження цифрових маркетингових стратегій:

- Інформаційний шум: У цифровому середовищі конкуренція за увагу

споживачів може бути високою, що робить складним виділення свого бренду.

– Потрібна експертиза в інтернет-маркетингу: Ефективне використання цифрових каналів потребує технічних знань та навичок, які можуть бути недоступними для деяких компаній.

Звідси можна дійти невтішного висновку, що комбінація традиційних і цифрових маркетингових стратегій, подстраиваемая під конкретні цілі, аудиторію і бюджет, може бути найефективнішою багатьох підприємств.

На закінчення, еволюція маркетингових стратегій від традиційних методів до цифрової трансформації є значним зрушенням у способах взаємодії компаній із їх аудиторією. Традиційні методи, такі як реклама у пресі, телебаченні, радіо та прямий маркетинг, тривалий час були основою просування товарів та послуг.

Однак, з розвитком цифрових технологій, компанії стали активно впроваджувати цифрові методи маркетингу для збільшення сфери свого впливу та покращення результативності.

Цифрова трансформація відкриває компаніям широкі можливості залучення аудиторії через соціальні медіа, пошукові системи, електронну пошту, контентний маркетинг та інші канали. Вона також надає інструменти для більш глибокого розуміння потреб та переваг клієнтів, аналізу поведінки та оцінки ефективності маркетингових кампаній. Сьогодні компанії переосмислюють свої стратегії маркетингу, інтегруючи традиційні та цифрові методи для максимізації впливу на аудиторію.

Цей симбіоз дозволяє компаніям досягати потенційних клієнтів у різноманітних та персоналізованих способах, зміцнювати бренд та покращувати відносини з клієнтами.

Таким чином, еволюція маркетингових стратегій відображає постійну адаптацію компаній до технологічного і культурного середовища, що змінюється, забезпечуючи більш ефективну взаємодію з аудиторією і досягнення бізнес-цілей в умовах сучасного цифрового світу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабко Н. М., Квятко Т. М., Дузькрячченко В. В., Микитась А. В. Особливості маркетингової діяльності компанії в умовах пандемії коронавірусу. Університетські наукові записки. 2020. № 3–4(75–76). С. 86–92.
2. Касич А. О., Малюшенко О. О. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах пандемії. Економіка та суспільство. 2021. випуск 34
3. Маказан Є. В. Сучасні маркетингові принципи управління підприємством. Вісник Приазовського державного технічного університету. 2019. Вип. 31. Т. 2. С. 49–54