

**SCIENTIFIC
COLLECTION
INTERCONF+**



No 95
January, 2022

THE ISSUE CONTAINS:

**Proceedings of the 2nd
International Scientific
and Practical Conference**

**SCIENTIFIC GOALS AND
PURPOSES IN XXI CENTURY**



SEATTLE, USA

19-20.01.2022



InterConf
Scientific Publishing Center

SCIENTIFIC COLLECTION «INTERCONF»

№ 95 | January, 2022

THE ISSUE CONTAINS:

Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference

SCIENTIFIC GOALS AND PURPOSES IN XXI CENTURY

SEATTLE, USA

19-20.01.2022

SEATTLE
2022

UDC 001.1

S 40 *Scientific Collection «InterConf», (95): with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Scientific Goals and Purposes in XXI Century» (January 19-20, 2022). Seattle, USA: ProQuest LLC, 2022. 915 p.*

ISBN 978-1-0848-4533-6

DOI 10.51582/interconf.19-20.01.2022

EDITOR COORDINATOR


Anna Svoboda 

Doctoral student
University of Economics, Czech Republic
annasvobodaprague@yahoo.com


Mariia Granko 

Coordination Director in Ukraine
Scientific Publishing Center InterConf
info@interconf.top

EDITORIAL BOARD

Temur Narbaev  (PhD)


Tashkent Pediatric Medical Institute,
Republic of Uzbekistan;
temur1972@inbox.ru

Nataliia Mykhalitska  (PhD in Public Administration)
Lviv State University of Internal Affairs, Ukraine

Dan Goltsman (Doctoral student)
Riga Stradiņš University, Republic of Latvia;

Katherine Richard (DSc in Law),
Hasselt University, Kingdom of Belgium
katherine.richard@protonmail.com;

Richard Brouillet (LL.B.),
University of Ottawa, Canada;


Stanyslav Novak  (DSc in Engineering)
University of Warsaw, Poland
novaks657@gmail.com;

Kanako Tanaka (PhD in Engineering),
Japan Science and Technology Agency, Japan;


Mark Alexandr Wagner (DSc. in Psychology)
University of Vienna, Austria
mw6002832@gmail.com;

Alexander Schieler (PhD in Sociology),
Transilvania University of Brasov, Romania

Svitlana Lykholat  (PhD in Economics),
Lviv Polytechnic National University, Ukraine


Dmytro Marchenko  (PhD in Engineering)
Mykolayiv National Agrarian University
(MNAU), Ukraine;

Rakhmonov Aziz Bositovich (PhD in Pedagogy)
Uzbek State University of World Languages,
Republic of Uzbekistan;

Mariana Vereskliia  (PhD in Pedagogy)
Lviv State University of Internal Affairs, Ukraine

Dr. Albena Yaneva (DSc. in Sociology and Antropology),
Manchester School of Architecture, UK;


Vera Gorak (PhD in Economics)
Karlovarská Krajská Nemocnice, Czech Republic
veragorak.assist@gmail.com;

Polina Vuitsik  (PhD in Economics)
Jagiellonian University, Poland
p.vuitsik.prof@gmail.com;

Elise Bant (LL.D.),
The University of Sydney, Australia;

George McGrown (PhD in Finance)
University of Florida, USA
mcbrown.geor@gmail.com;

Vagif Sultanly (DSc in Philology)
Baku State University, Republic of Azerbaijan

Kamilə Əliqası Əliyeva  (DSc in Biology)
Baku State University, Republic of Azerbaijan

If you have any questions or concerns, please contact a coordinator Mariia Granko.

The recommended styles of citation:

1. Surname N. (2022). Title of article or abstract. *Scientific Collection «InterConf», (95): with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Scientific Goals and Purposes in XXI Century» (January 19-20, 2022) at Seattle, USA; pp. 21-27. Available at: [https://interconf.top/...](https://interconf.top/)*
2. Surname N. (2022). Title of article or abstract. *InterConf, (95), 21-27*. Retrieved from [https://interconf.top/...](https://interconf.top/)

This issue of Scientific Collection «InterConf» contains the International Scientific and Practical Conference. The conference provides an interdisciplinary forum for researchers, practitioners and scholars to present and discuss the most recent innovations and developments in modern science. The aim of conference is to enable academics, researchers, practitioners and college students to publish their research findings, ideas, developments, and innovations.

©2022 Mondial
©2022 Authors of the abstracts
©2022 Scientific Publishing Center «InterConf»

contact e-mail: info@interconf.top

webpage: www.interconf.top

TABLE OF CONTENTS

PART I


BUSINESS ECONOMICS		
Rudenko T. 	FINANCIAL RESILIENCE OF AN ENTERPRISE IN AN ECONOMIC SECURITY SYSTEM. CASE STUDY OF A UKRAINIAN MUNICIPAL ENTERPRISE	10
Новикова А.М. Сабанська О.В. 	ОСНОВИ СТВОРЕННЯ БЕЗПЕЧНИХ ТА НАДІЙНИХ ЗОН ПАРКУВАННЯ ВАНТАЖНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ У ЄВРОПІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА БЕЗПЕКУ ДОРОЖНЬОГО РУХУ ТА ДОТРИМАННЯ СОЦІАЛЬНИХ УМОВ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	27
Ольшешевская И.Н. Кравчук А.С. 	АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА КАК ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ МЕТОДОЛОГИЙ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	40
INTERNATIONAL ECONOMICS AND INTERNATIONAL RELATIONS		
Мехди Ф.З. 	НАЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА МАЛАЙЗИИ	52
Сливка Т.О. Кудласевич О.М. Дідківська Л.В. 	ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНОГО ПОЄДНАННЯ РИНКОВИХ ПРИНЦИПІВ ТА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	61
Чабан Д.В. 	АФГАНІСТАН: НЕРЕАЛІЗОВАНА ДЕРЖАВА	73
MANAGEMENT		
Paḡla R. Yeltayeva D. Pak D. 	STRATEGIC AGILITY OR RESILIENCE: WHAT SHOULD SMES FOCUS ON DURING THE CRISIS?	82
MARKETING, ADVERTISING AND PR		
Guliyev S.M. 	FACTORS INFLUENCING BRAND EQUITY OF FOOD COMPANIES IN AZERBAIJAN	92
Рахман М.С. Жувак О.О. 	МАРКЕТИНГ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	101
Семенда О.В. 	МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	114
FINANCE AND CREDIT		
Vanishvili M. Katsadze I. 	BANK FINANCING OF GREEN ECONOMY: REVIEW OF MODERN RESEARCH	120
Бак Н.А. Харовська А.В. 	ВЕКТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ПОДАТКОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	144
ACCOUNTING AND AUDITING		
Сімаков К.І. Сімакова О.К. 	ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	153
PEDAGOGY AND EDUCATION		
Absaliamova Y. 	GLOBALIZATION AND EUROPEAN INTEGRATION: IMPACT ON FOREIGN LANGUAGE TRAINING IN THE MODERN SYSTEM OF HIGHER EDUCATION OF UKRAINE	160
Atroshkina A.A. 	THE USE OF WEB QUEST TECHNOLOGY IN LINGUISTIC EDUCATION IN HIGHER SCHOOLS	165
Banias N. Banias V. 	EDUCATIONAL MOTIVATION IN TEACHING AND LEARNING ENGLISH: WAYS AND PROBLEMS OF CREATING	176

SCIENTIFIC GOALS AND PURPOSES IN XXI CENTURY



Hasanova N.A.		IMPORTANCE OF USING DISTANCE LEARNING TECHNOLOGIES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	184
Krauze J.		HISTORICAL ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF IDEAS OF MORALITY EDUCATION WITH THE EUROPEAN AND JAPANESE SOCIETY	191
Lapuzina O.		TEACHING OF NATIONAL PECULIARITIES IN BUSINESS ETHICS AS AN IMPORTANT PART OF TRAINING AT HIGHER TECHNICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS	198
Nurymbetov Y. Nurlakov A. Mukanova D.		TEACHER MOTIVATION AND ITS SOCIO-PROFESSIONAL FEATURES	210
Pasichnyk S.M. Serhiienko T.M. Serhiienko R.V.		IMPLEMENTATION OF DISTANCE LEARNING IN THE ENGLISH LANGUAGE TRAINING IN THE MILITARY EDUCATIONAL INSTITUTIONS	219
Бондар Г.О.		АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ	226
Бортний М.О.		ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ, ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РАДІОЛОГА-ДІАГНОСТА	233
Добрева С.Г. Гьорева Р.Т.		НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕД ИЗМЕРЕНИЕМ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КОВИД-19 КРИЗИСА	240
Естыбаева А.К. Тұрабай Г.К.		МОТИВАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ	253
Пономаренко О.Г. Пилипенко К.А.		ОБЛІКОВІ ДИСЦИПЛІНИ: ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАЦІЙ У ДИСТАНЦІЙНІЙ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	263
Серикбаева Н.А. Джусубалиева Д.М.		ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ЧЕРЕЗ СМЕШАННОЕ ОБУЧЕНИЕ	273
Черкесова І.Г.		АВТОРСЬКА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ПРОПЕДЕВТИЧНОГО КУРСУ «ШРИФТ І ТИПОГРАФІКА» НА СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «МЕДІАДИЗАЙН»	283

PART II






PHILOSOPHY AND COGNITION

Козобродова Д.М.		САМОРЕАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ: ПСИХОСИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД	291
------------------	---	---	-----




POLITICAL SCIENCE AND PUBLIC ADMINISTRATION

Захруддинов И.З.		ПРИОРИТЕТ НАУКИ – КАК ФАКТОР БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	299
Рачинський А.П. Дарчин Б.С.		ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ: РОЛЬ ДЕРЖАВИ	310





PSYCHOLOGY AND PSYCHIATRY

Maharramova S.		INCREASED AWARENESS ABOUT "A DEFINITION OF FAMILY"	318
Лебідь О.В. Тлустенко А.П.		ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО І СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ НА ТИП СПІЛКУВАННЯ З ОДНОЛІТКАМИ І ДОРΟΣЛИМИ	326
Резвих Є.І.		СТАДІЇ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ У ДОРΟΣЛОМУ ВІЦІ	331
Чаплак Я.В. Чуйко Г.В.		СПЕЦИФІКА МЕМІВ У ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	337
Яцук Н.В. Говоруха О.С.		АБ'ЮЗИВНА ПОВЕДІНКА ВИКЛАДАЧІВ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ	351



PHILOLOGY AND LINGUISTICS

Ussenova Y.		THE ROLE OF DEVELOPMENT OF SOCIOLINGUISTIC COMPETENCE IN FLT WITHIN ICT TECHNOLOGIES	360
Гамидова Л.И.		КОНЦЕПТОСФЕРА В ПЕРЕВОДЕ УСК (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, АЗЕРБАЙДЖАНСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)	366
Поліщук А.С.		ВІРБАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО КОНЦЕПТУ ОБМАН В «ІСТОРІЇ» ГЕРОДОТА	377



LITERARY STUDIES

Nuriyeva N.M.		THE EVOLUTION OF THE CREATOR-PROPHET CONCEPT IN AMERICAN LITERATURE (BASED ON THE CREATIVITY OF W.IRVING AND G.KH.GIBRAN)	392
Бабай П.Н. Дашкевич М.Г.		НАРРАТИВИЗАЦІЯ ІСТОРИЧЕСКОЙ ТРАВМЫ И ПОЭТИКА АНАХРОНИЗМА В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ХХІ ВЕКА	399
Олексин Н.М. Лазірко Н.О. Іваночко Г.О. Манько Р.М.		ОБРАЗ СВЯТОГО ГРААЛЯ КРІЗЬ ПРИЗМУ СТОЛІТЬ (НА МАТЕРІАЛАХ ТВОРІВ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ПИСЬМЕННИКІВ)	408
Прушковська І.В.		ШЕКСПІРІВСЬКИЙ ІНТЕРТЕКСТ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ТУРЕЧЧИНИ	414



LAW AND INTERNATIONAL LAW

Аврамова О.Е.		ПРИНУДИТЕЛЬНОЕ ВЫСЕЛЕНИЕ ИЗ ЖИЛИЩА: АСПЕКТЫ НАЦИОНАЛЬНОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА	422
Шевченко А.Є. Кудін С.В. Шевченко Д.А.		ОСОБЛИВОСТІ ДЖЕРЕЛЬНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ УКЛАДАННЯ ТА РОЗІРВАННЯ ШЛЮБУ В УКРАЇНІ У ХVІІІ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТ.	430



GEOGRAPHY AND LOCAL HISTORY

Лозинський Р.М.		АНДРІЙ ФІЛІПЕЦЬКИЙ – ПРОФЕСОР ПОЕТИКИ І ГЕОГРАФІЇ ЛЬВІВСЬКОЇ АКАДЕМІЇ ЄЗУЇТІВ У 1753–1754 РР. (ПЕРША ЗГАДКА ПРО ВИКЛАДАЧА ГЕОГРАФІЇ У ЛЬВОВІ)	443
Царик Л.П. Новицька С.Р. Царик П.Л. Кузик І.Р.		РЕГІОНАЛЬНИЙ ЛАНДШАФТНИЙ ПАРК «КНЯЖИЙ ЛІС» В УМОВАХ РОЗБУДОВИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	462


ARTS, CULTURAL STUDIES AND ETHNOGRAPHY

Вітязь А.В. Дворова О.Ю.		ОСОБЛИВОСТІ СУБЕТНОСІВ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО НАРОДУ (ДО 1944 РОКУ)	473
Дротенко В.І.		ФЕНОМЕН ВІЗУАЛЬНОСТІ З ПОГЛЯДУ КОНЦЕПТУ ЄДНОСТІ КОГНІТИВНОГО ТА ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ	478


HISTORY AND ARCHEOLOGY, ARCHIVAL STUDIES

Бандура А. Ю.		ІСТОРИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ НАВЕРНЕННЯ САВЛА В ХРИСТІАНСТВО	485
Юрченко О.А.		ЕТИЧНІ ЗАСАДИ В ПРОФЕСІЇ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА	491














PART III**BIOLOGY AND BIOTECHNOLOGY**

Куц Ю.І. Шейко В.І. Радько О.В. Руденко В.П.		ПАНДЕМІЯ COVID-19 ТА «СИНДРОМ СУХОГО ОКА»: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК І СТАН ПРОБЛЕМИ	499
---	---	--	-----



SCIENTIFIC GOALS AND PURPOSES IN XXI CENTURY

Юхименко Л.І.		ВАРІАБЕЛЬНІСТЬ СЕРЦЕВОГО РИТМУ ЗА УМОВ ПЕРЕРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ У ОСІБ З РІЗНИМ СТАТУСОМ СЛУХОВОЇ ФУНКЦІЇ	506
---------------	---	---	-----


MEDICINE AND PHARMACY

Djurabekova S.T. Salimboeva N.Z.		RELATIONSHIP OF PLACENTAL GROWTH FACTOR WITH DEVELOPMENT OF FETAL GROWTH RESTRICTION (FGR) IN WOMEN (LITERATURE REVIEW)	511
Hoshko K.O.		DIAGNOSTICS AND METHODS OF TREATMENT OF POSTCOITAL CYSTITIS. TRANSPOSITION OF THE DISTAL URETHRA	517
Khatri D. Tyravska Y.		YOGA THERAPY INFLUENCE ONTO ENDOTHELIUM FUNCTION: EVIDENTIAL DATA	522
Serhiyenko V.A. Hotsko M.E. Ajmi S. Serhiyenko A.A.		DIABETIC CARDIAC AUTONOMIC NEUROPATHY: SIMVASTATIN, INSULIN RESISTANCE AND LIPIDS	531
Veliyeva M.N. Mehraliyeva S.J. Ismaylova N.R. Maharramova Z.J.		PURCHASE OF "GLEXROCSCASIL" PHITOGRAULES AND STUDY OF QUALITY INDICATORS	541
Voitiv Y.Y. Zhytnik D.Y.		ENTEROCUTANEOUS FISTULA: A WAY OF PREDICTION BASED ON GENETIC RESEARCH	548
Лехтман С. Мотелика Г. Черней Р. Белинюк С.		НЕМЕДЛЕННАЯ ИМПЛАНТАЦИЯ С НЕМЕДЛЕННОЙ НАГРУЗКОЙ В СРАВНЕНИИ С ОТСРОЧЕННОЙ НАГРУЗКОЙ	553
Лоскутова Т.О. Бредихіна О.А.		МУЛЬТИГЕННІ ФОРМИ ТРОМБОФІЛІЇ ПРИ ЗВИЧНОМУ НЕВИНОШУВАННІ ВАГІТНОСТІ	557
Мальцева Н.Г. Зайцева Е.Д. Беляцкий В.С.		СПЕЦИФИКА ВЛИЯНИЯ НА ГИСТОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАЩИТНЫЕ БАРЬЕРЫ ЖЕНСКОЙ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ФАКТОРОВ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВОЗРАСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ	564
Рушай А.К. Лисайчук Ю.С. Плюта И.И.		ОБЪЕМ БЕЗОПАСНОЙ ТЕРАПИИ ПРИ ВОЗНИКНОВЕНИИ ОСТРЫХ КИШЕЧНО-ЖЕЛУДОЧНЫХ КРОВОТЕЧЕНИЙ	570
Цуркану Т. Шойту М.		ПРОФИЛАКТИКА РАХИТА – ОТ КЛИНИЧЕСКОГО ПРОТОКОЛА К РЕАЛЬНОСТИ	579
Шуба В.Й.		СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОФИЛАКТИКЕ И ЛЕЧЕНИЮ СИНДРОМА КУБИТАЛЬНОГО КАНАЛА ПРИ ЧРЕЗ-НАДМЫШЦЕЛКОВЫХ ПЕРЕЛОМАХ ПЛЕЧЕВОЙ КОСТИ (АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР)	583
Янушпольська О.О.		РЕАБІЛІТАЦІЯ ПІСЛЯ ІНСУЛЬТІВ	593


ZOOLOGY AND VETERINARY MEDICINE

Zhanbyrbaev M. Turymbetov B. Sarybayev Y. Karlygash A. Kurbanova A. Oserbai A.		EPIZOOTOLOGY AND DIAGNOSTICS OF CONTAGIOUS ECTHYMA OF SHEEP AND GOATS IN TURKESTAN REGION	612
Лайтер-Москалюк С.В. Атаманчук Р.В.		БЕЗПЕЧНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ МОЛОКА-СИРОВИНИ В ГОСПОДАРСТВАХ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	618


GEOLOGY, MINERALOGY AND SOIL SCIENCE

Яворська А.М. Паньків З.П.		ДІАГНОСТИЧНІ ОЗНАКИ ІНІЦІАЛЬНИХ ҐРУНТІВ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ	624
-------------------------------	---	---	-----


NATURE MANAGEMENT, RESOURCE SAVING AND ECOLOGY

Ольховик Ю.А.		О ПРИМЕНЕНИИ ТЕХНОЛОГИИ «ЗЕЛЕНЫЙ КУРГАН» ДЛЯ ЗАХОРОНЕНИЯ ЭНЕРГОБЛОКОВ ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АЭС	630
---------------	---	--	-----





ENERGETICS

Iegorov O. Iegorova O. Glebova M. Forkun Y.		RESEARCH OF A COMPLEX LOAD WITH AN INDUCTION MOTOR	636
--	---	---	-----


PHYSICS AND MATHS

Саєнко С.Ю.		ВПЛИВ ПОЧАТКОВИХ ПАРАМЕТРІВ ПІД ЧАС РОЗВ'ЯЗАННЯ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНОГО РІВНЯННЯ НА ФОРМУ ВІДБИВАЛЬНОЇ ПОВЕРХНІ	643
-------------	---	--	-----



CHEMISTRY AND MATERIALS SCIENCE

Bouzidi F. Tadjine M. Berbri A. Bouhekka A.		THE IMPACT OF TEMPERATURE AND H ₂ O FLUX ON THE ADSORPTION OF WATER ON RUTILE TiO ₂ (110)	652
Merezhko N. Vovk Y. Andreiev O. Indutnyi V. Pirkovich K.		A NEW METHOD OF STUDYING THE CHEMICAL COMPOSITION OF THE SURFACE OF HISTORICAL MELEE WEAPONS IN THE CONTEXT OF THE QUESTION OF ITS AUTHENTICITY	662
Каплуненко В.Г. Косинов Н.В.		ВЫЧИСЛЕНИЕ ЗНАЧЕНИЙ TOF И TON В ГЕТЕРОГЕННОМ КАТАЛИЗЕ: ЗАВИСИМОСТЬ TOF И TON ОТ ХАРАКТЕРИСТИК КАТАЛИЗАТОРА	671
Кваша Т.К. Коваленко О.В.		ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКИ У СФЕРІ МАТЕРІАЛОЗНАВСТВА	700



AGROTECHNOLOGIES AND AGRICULTURAL INDUSTRY

Amirov A.İ.		INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE FOOD MARKET AS AN ELEMENT OF THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM	707
-------------	---	--	-----


LIGHT INDUSTRY AND FOOD INDUSTRY

Андрєєва С.С. Пивоваров Є.П. Дихтярь А.М.		ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ВЕГЕТАРІАНСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	712
Пересічна С.М. Чирва П.А.		ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТРЕНДОВИХ БУТІК-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ	721

GENERAL ENGINEERING AND MECHANICS

Rozhkova E. Ergashev Z.		RECURRENT-OPERATOR METHOD OF SOLUTION SPATIAL DYNAMIC LAME EQUATIONS	730
Рожок Л.С. Ісаєнко Г.Л.		ОПТИМІЗАЦІЯ ГЕОМЕТРИЧНИХ ПАРАМЕТРІВ АВТОЦИСТЕРНИ З ТЕПЛОІЗОЛЯЦІЄЮ ЗА ВИСОТОЮ	739

RADIO ENGINEERING, ELECTRONICS AND ELECTRICAL ENGINEERING

Kravchuk S.O. Kaidenko M.M. Meshcherinov M.V.		SPARSE CELLULAR RADIO NETWORK	746
---	---	-------------------------------	-----


SCIENTIFIC GOALS AND PURPOSES IN XXI CENTURY


Podlesny S.  MODELING OF DYNAMICS OF ELECTRODYNAMIC SPEAKER | 751


MODELING AND NANOTECHNOLOGY


Gerus V.  PROBLEMS OF DETECTING ANOMALIES USING UNCONTROLLED AND SELF-CONTROLLED MODELS | 760

INFORMATION AND WEB TECHNOLOGIES

Abdurakhimov B.F.  ENCRYPTION SYSTEMS AND THE HISTORY OF THEIR DEVELOPMENT | 768


Boykuziyev I.M.
Abdurazzokov J.R.
Дуденко С.В.  СТРУКТУРНА МОДЕЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА "ДІАЛОГ" ПРИ ТРАДИЦІЙНОМУ ТА ДИСТАНЦІЙНОМУ НАВЧАННІ | 777
Дзевєрін І.Г.
Рябуха Ю.М.
Коломійцев О.В.
Місюра О.М.
Третяк В.Ф.
Голубничий Д.Ю.
Коцюба В.П.
Мегельбей Г.В.
Тах'ян К.А.


Савчук Т.О.  ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ВИКОНАВЦЯ ЗАВДАННЯ | 791
Кміть В.Я.

Сербин В.В.  ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ СИСТЕМ ЗАЩИТЫ ОТ НСД В СОСТАВ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ РАЗЛИЧНОГО НАЗНАЧЕНИЯ | 796
Лесная Ю.Е.
Малахов С.В.


PART VI

ARCHITECTURE, CONSTRUCTION AND DESIGN


Abdusattarov A.  FORMATION OF A DESIGN MODEL AND ANALYSIS OF THE STRESS-STRAIN STATE OF STRUCTURAL ELEMENTS UNDER ALTERNATING LOADING | 804
Abdukadirov F.E.
Ruziyeva N.B.


Chelnokov O.V.  PROBLEMS OF GENDER INEQUALITY IN THE SCIENTIFIC SPHERE OF THE ARCHITECTURAL AND CONSTRUCTION INDUSTRY | 814
Solohubova S.V.
Shvets I.A.
Kaplenko D.D.
Holubieva V.A.


Мансур Д.И.  ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЗАПРОС НА ОБНОВЛЕНИЕ ДОСУГОВЫХ ПРОСТРАНСТВ | 825
Кузнецова Е.А.


Плешкановська А.М.  ПРОГРАМА РЕКОНСТРУКЦІЇ ЗАСТАРИЛОГО ЖИТЛОВОГО ФОНДУ: ВІД ІСТОРИЧНИХ БУДИНКІВ ДО «ХРУЩОВОК» | 832
Бірюк С.П.

PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS




D'Isanto T.  THE TEACHING OF PHYSICAL EDUCATION IN PRIMARY SCHOOL: THE PROFILE OF THE GENERALIST TEACHER AND SPECIALIST OF MOTOR EDUCATION IN PRIMARY SCHOOL | 843

Skutane S.  PHYSICAL ACTIVITY AVAILABILITY DURING THE COVID – 19 PANDEMIC | 848
Avotina I.

Базилевич Н.О.  ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ САМОСТІЙНОЇ ФІЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВЧОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ | 859
Волківський М.В.
Тонконог О.С.

Пилипко О.О.  ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ СПЕЦІАЛЬНОЇ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ СПОРТСМЕНОК, ЯКІ СПЕЦІАЛІЗУЮТЬСЯ В ПЛАВАННІ НА ДИСТАНЦІЇ 100 МЕТРІВ СПОСОБОМ БАТЕРФЛЯЙ | 878
Пилипко А.В.

MILITARY AFFAIRS AND NATIONAL SECURITY

Shanava Z.		BLACK SEA REGION AND ECONOMIC SECURITY WITHIN THE FRAME OF DEVELOPING NATIONAL DEFENSE CAPABILITIES	888
Абрамов С.В. Лупаленко О.В. Манжай О.В.		АНАЛІЗ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ ВИЯВЛЕННЯ ТА РОЗПІЗНАВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ	893
Кравченко С.О. Ткаченко М.Д. Ткаченко К.М.		ПРОБЛЕМИ БОРОТЬБИ З БЕСПІЛОТНИМИ ЛІТАЛЬНИМИ АПАРАТАМИ В РАЙОНІ БОЙОВИХ ДІЙ ОПЕРАЦІЙ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	906

Семенда Ольга Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, старший викладач кафедри маркетингу

Уманський національний університет садівництва, Україна

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

***Анотація.** Поведінка споживачів відіграє важливу роль для упорядкування та планування виробничих планів та формулювання маркетингових стратегій. Реакція споживачів на стратегію маркетингу визначає успіх чи провал виробника товарів, ідей. Розуміння поведінки споживачів є одним із основних елементів побудови сильної компанії. Після аналізу поведінки клієнтів, підприємства повинні реалізувати сильну, гнучку та ефективну маркетингову стратегію, яка буде забезпечувати збут і прибуток. Це досягається за допомогою стратегічного планування та об'єктивації цільового сегмента ринку.*

***Ключові слова:** маркетингова стратегія, поведінка споживача, планування, сегментування ринку.*

Аналіз поведінки споживачів є запорукою успіху на ринку, тому що тільки добре розуміючи поведінку споживачів можна спроектувати та впровадити маркетингову стратегію. Вона дозволяє виявити сильні сторони, намітити цілі та продумати шлях до їх досягнення. Успіх підприємства залежить від розміру прибутку, який отримують завдяки споживачам. Завдання будь-якої компанії – керувати та впливати на свою цільову аудиторію, її поведінку. Якісне дослідження споживачів допомагає налаштувати маркетинг і розробити тактику продажів на основі надійної та точної інформації. Дослідження споживачів повинно бути частиною загального дослідження ринку і проводитися регулярно. Це надасть більш глибоку інформацію про потреби, бажання, очікування та поведінку потенційних клієнтів. Збір якомога більшої кількості інформації про споживачів допоможе покращити та розширити бізнес. Володіючи інформацією про споживачів, можна покращити стратегії, які будуть

використовуватися для їх залучення.

У процесі розробки маркетингової стратегії фахівці проводять ретельний аналіз: досліджують ринок, сильні та слабкі сторони продукції та аналогічних товарів конкурентів, власні конкурентні позиції. Потім прописують етапи, завдання та підзавдання. Оскільки ситуація на ринку постійно змінюється, підприємству необхідно під неї підлаштовуватися і своєчасно вносити коригування. Сама стратегія може орієнтуватися на аудиторію загалом або її окремі сегменти. Вона може бути функціональною, корпоративною чи діловою. Оптимальний варіант для кожного підприємства підбирають залежно від потреб [1].

Інструменти для реалізації можуть бути різні. Для просування інтернет-проекту використовують:

- лендінги;
- контекст;
- SEO просування;
- контент-маркетинг;
- email-маркетинг;
- соціальні мережі.

Ефективність роботи перевіряють за показниками ефективності, в електронному маркетингу їх відразу ж можна відстежити в системах метрики. Перше, на що звертають увагу – зростання трафіку, відсоток відмов, конверсію, кількість клієнтів, розмір середнього чека, прибуток.

Розробка маркетингової стратегії складається з таких основних етапів:

- аналітика;
- розробка маркетингової стратегії підприємства;
- реалізація та контроль.

Є й проміжні кроки, без виконання яких складно досягти успіху. Наприклад, перевірка стійкості конкурентних ресурсів, розрахунок життєвого циклу цільової аудиторії, вивчення споживчого досвіду тощо.

Насамперед важливо:

- проаналізувати ринок, його ємність та потенціал;
- виділити основних конкурентів та переваги їх продукції. На основі отриманих даних можна буде визначити сильні сторони та розробити стратегію;
- проаналізувати;
- вивчити стан самої компанії: у чому вона гірша чи краща на ринку, які у неї можливості, чи є загрози;
- визначитися з продуктовим портфелем, якщо підприємство займається випуском кількох видів товарів. На цьому етапі необхідно прорахувати частку прибутку від реалізації кожного з них, обсяг продажу, перспективи.

Зрештою, намітити маркетингові цілі.

Аналіз ринку дозволяє зрозуміти хто майбутній споживач і продумати стратегію просування продукту. Найпростіше цей етап реалізувати через сегментацію, тоді вдасться сфокусуватися лише на групі споживачів, які потребують даний вид товару і не витратити даремно бюджет [2].

Для аналізу конкурентів та їх продукції найчастіше маркетингологи використовують:

1. Модель «5 сил конкуренції М. Портера» - складається із 5 блоків, де описані найважливіші гравці: конкуренти, споживачі, підприємства, які пропонують товари-замінники, постачальники, інші фактори (перешкоди для входу та виходу). Додатково прописується - частка ринку, переваги (для конкурентів), і навіть обсяги закупівель і можливість заміни (для постачальників). У процесі складання моделі виявляють загрози для підприємства, а майбутню стратегію будують в такий спосіб, щоб їх мінімізувати.

2. Карта позиціонування - допомагає знайти свою нішу через заповнення системи координат з перевагами та слабкими сторонами своєї продукції та аналогів конкурентів. Карта позиціонування дуже важлива, оскільки дозволяє виділитися серед конкурентів і пояснити свої переваги споживачам. Якщо не акцентувати увагу на перевагах товарів, споживачі орієнтуватимуться лише на ціну.

Досконало розроблена маркетингова стратегія не дасть результату без чіткого бачення портрета споживача. Бажано розробити його до того, як буде підібрано інструменти впливу на аудиторію. Це допоможе заощадити бюджет та швидше отримати бажаний результат. Портрет споживача потрібно складати на кожному етапі розвитку компанії, адже, крім звичайних споживачів, будуть інші зацікавлені сторони: посередники, дилери.

Найпростіше аналізувати цільову аудиторію через опитування – уточнювати, чого не вистачає споживачам у існуючих товарах та адаптувати продукт під їхні потреби. При цьому важливо зібрати якомога більше інформації про кожного клієнта: потреби, цінності, бажання. Згодом ці дані допоможуть створити переконливі повідомлення для дії.

Розробка маркетингової стратегії неможлива без встановлення цілей. Їх може бути багато і для кожної маркетинголог прораховує перспективи, будується «дерево цілей», у якому вказуються завдання та підзавдання:

- ціль: збільшити обсяги продажів;
- завдання: розширити асортимент, знайти нових покупців тощо;
- підзавдання: розробити нові варіації товару, виявити інші канали збуту, продумати програму просування тощо.

Завдяки цим даним, обирається спрямованість маркетингової стратегії, після чого складається план на найближчі півроку - рік, а також розраховується бюджет. Оскільки передбачити всі витрати відразу не вдасться, зазвичай у нього закладають трохи більше, ніж потрібно.

Залежно від цілей та завдань підбираються методи, які дозволять реалізувати задумане. За конкурентними перевагами:

- стратегія диференціації – компанія виділяється за рахунок високої якості чи унікальних властивостей товарів та послуг;
- стратегія лідерства з витрат – підприємство встановлює мінімальну ціну на ринку. Це можливо, якщо у нього вигідне географічне положення, передове обладнання, що дозволяє заощаджувати сировину, особливу технологію виробництва та ін.

Цінові стратегії:

- лідерство - коли підприємство встановлює мінімальну ціну;
- слідування за лідером - акцент робиться на середньоринкову вартість (цим шляхом йде більшість компаній);

- «зняття вершків» - встановлюється найвища ціна [3].

На основі результатів аналізу підбирається тактика та інструменти. Якщо вирішено використовувати контекстну рекламу, продумують, як створити, якщо промо, – як запустити.

Як канали для маркетингу можуть використовуватися інструменти, що стимулюють продажі, або реклама у ЗМІ – вона сприяє підвищенню впізнаваності бренду. На споживачів, які вже готові зробити замовлення, впливають через тригери, щоб досягти додаткових продажів. Такий спосіб є актуальним, якщо компанія встановила низьку ціну на основний продукт, але щоб скористатися ним, необхідно докупити додаткові елементи. Паралельно проводиться робота з існуючими покупцями, щоб перевести їх у розряд постійних (найчастіше за допомогою email-маркетингу).

Для контролю використовується маркетинговий аудит – оцінка факторів щодо відповідності прийнятої маркетингової стратегії. Вся аналітична робота виконується так, як і при розробці плану.

У випадку якщо маркетингова стратегія не дає бажаного результату, потрібно переконатися, що в ній:

- складено чітку мету – немає формулювань типу «більше заробляти», «шукати нових клієнтів»;

- підраховані всі показники та немає помилок у розрахунках;

- вивчено цільову аудиторію;

- вибрані під неї перспективні канали;

- створено рекламу на основі інформації про потенційних споживачів

- виконуються вчасно поставлені завдання;

- створено короткостроковий план, якщо не вистачає бюджету;

- проведено аудит власного сайту, виявлено фактори, що погіршують конверсію;

- встановлені всі лічильники у системі аналітики [4].

У сучасному діловому світі організація має розвивати високоякісні, оптимізовані, середні ціни на продукцію, щоб забезпечити міцну позицію на ринку. Існує багато факторів впливу, які визначають успіх нового продукту чи інновації. Ситуація між споживачами та загальним сегментом ринку має вирішальне значення для розуміння потреб клієнтів. Організація, яка хоче вийти на новий сегмент ринку, повинна переконатися, що конкуренція не є жорсткою і має стратегічно розроблений план забезпечення міцної позиції на новому ринку. Можна зробити висновок, що навіть найсильніші організації, з високим бюджетом і найбільш інноваційними продуктами можуть зазнати невдачі на новому ринку, якщо немає ретельного дослідження. Споживачі не куплять товар, навіть якщо він має високу якість і низьку ціну, якщо він не відповідає їхнім очікуванням і потребам.

Список джерел:

1. Чевганова В., Васюта В. Роль сегментації ринку у вивченні поведінки споживачів. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2021. Том 71. № 4. С.116–122.
2. Муштай В.А., Бересток Б.П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. № 2 (19). 2019. С.183-189.
3. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Маркетингова стратегія як ефективне рішення для розвитку бізнесу. URL: <https://pirogov.marketing/uk/marketingova-strategiya-yak-efektivne-rishennya-dlya-rozvitku-biznesu/>