

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)
А43

*Розповсюдження та тиражування без
офіційного дозволу Полтавського університету
економіки і торгівлі ЗАБОРОНЕНО*

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 XXI 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

чення менеджменту. *Економіка та держава*. 2021, № 5. С. 54–61. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.5.54.

3. Кодацька Н. О. Сергєєва С. В. Сучасні методи оцінки ефективності відтворення основних засобів підприємства. *Молодий вчений*, 2018. № 11(63). С. 433–437.
4. Кулаковська Т. А., Духова О. М. Оцінка ефективності використання та відтворення основних фондів підприємств: методичний аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 25. С. 47–52.
5. Халатур С. М., Кравченко М. В., Черниш О. А. Модель управління основними засобами в системі фінансового менеджменту підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 39–43. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.11.39.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

М. М. Колесніченко, здобувач PhD, спеціальність Економіка;

*Є. С. Ямбих, здобувач PhD, спеціальність Економіка
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Маркетинговий менеджмент сучасного підприємства є складовою управління, що через ідентифікацію стратегії і тактики, спрямованою на досягнення бажаної цілі. При цьому інструменти можуть бути різні методи, засоби, технології, що сприяють просуванню товарів, робіт та послуг, що залучають додаткових споживачів, що стимулюють обсяги продажів, що посилюють конкурентну позицію та інше. Одним з інструментів може бути бенчмаркінг як інструмент порівняльного аналізу, дія якого спрямована на пошук еталонного рішення серед існуючих в політиці поліпшення продукту або бізнесу [1–4]. Основними маркерами бенчмаркінгу є наступні складові (рис. 1).

Таким чином, бенчмаркінг як інструмент маркетингового менеджменту спрямований на прийняття стратегії і тактики, спрямованої на досягнення цілей підприємства та його сталий розвиток. Важливо, щоб такий інструмент маркетингового менеджменту як бенчмаркінг задовольняв як мікро- так і макро-потреби бізнес-процесів підприємства на основі стимулювання його сильних сторін та трансформацію його слабких сторін у можливості розвитку. Крім цього, результати бенчмаркінгу як

інструменту маркетингового менеджменту спрямовані на підвищення як поточної ефективності господарювання так і її забезпечення в динаміці.

Бенчмаркінг як інструмент маркетингового менеджменту на підприємстві	
→ Етапи	дослідження внутрішніх можливостей підприємства, виявлення його сильних та слабких сторін для розвитку дослідження зовнішнього середовища підприємства, ідентифікації можливостей та загроз для розвитку зіставлення результатів дослідження, що дозволяє визначити здатність реалізувати сильні сторони підприємства та наявні ринкові можливості й мінімізувати негативний вплив загроз та слабких сторін
→ Види	внутрішній – порівняння сильних та слабких сторін бізнес-процесів в межах підприємства та їх реалізація через можливості та загрози конкурентний – порівняння результатів реалізації бізнес-процесів з аналогічними результатами у конкурентів спільний – порівняння та співпраця на основі обміну кращими практиками ведення бізнес-процесів в межах окремої групи підприємств процесний – порівняння та вивчення практики ведення окремих бізнес-процесів для підприємств, що не є прямими конкурентами стратегічний – порівняння для визначення кращих практик у веденні бізнес-процесів для залучення альтернатив функціональний – порівняння за окремими бізнес-процесами для ранжування їх результативності
→ Цілі	ідентифікація вектору розвитку та відповідна внутрішня трансформація трансформація вектору розвитку та відповідна ідентифікація наявних сильних та слабких сторін
→ Переваги	виявляє недоліки для їх подальшого подолання вивчає кращі практики підприємств-еталонів сприяє інноваціям диверсифікує власну діяльність
→ Ризики	непрозорість бізнес-середовища закритість доступу до інформації відсутність інфраструктури бенчмаркінгу

Рисунок 1 – Бенчмаркінг як інструмент маркетингового менеджменту на підприємстві

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : колективна монографія за заг. ред. Карпенко Н. В. Київ : Центр учбової л-ри, 2016. С. 88–95.
2. Нестуля Ю. О., Лапечук О. А., Педченко Н. С. Бенчмаркінг як напрям поглиблення стратегії забезпечення фінансової безпеки у системі управління підприємством. Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у ХХІ столітті : тези доп. XLVII Міжнар. наук. студентської конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – С. 142–145.
3. Нестуля Ю. О., Лапечук О. А., Педченко Н. С. Перспективи та виклики використання бенчмаркінгу у системі управління підприємством Актуальні проблеми сьогодення у сфері фінансів, обліку та аудиту : тези доп. наук.-практ. конф., 23 травня 2024 р. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 454 с. – С. 116–119.
4. Продіус О. І., Прокофєва В. К. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення бізнес-процесів. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/90.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ГНУЧКОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ІТ-ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВПЛИВУ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

А. В. Максюта, здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е ЕК б-41;

Р. О. Кирпичко, здобувач вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е ЕК б-41

*М. Є. Рогоза, д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Досліджено особливості технології гнучкого управління проектами ІТ-сфери в умовах впливу процесів впровадження технологій штучного інтелекту, які проявляються через комплексний підхід у вирішенні проблем розвитку компаній розробників програмного забезпечення в контексті їх конкурентоздатності.

Вирішення проблеми гнучкого управління проектами компаній в умовах впливу технологій штучного інтелекту, вибору методів ефективності їх впровадження актуалізується значним

Мельченко Д. В.	
Поняття та значення законодавчої техніки:	
принципи законодавчої діяльності	404
Морозова Ю. А.	
Антропологічний аспект приватного права	408
Овчаренко Д. С.	
Науково-дослідна робота студентів: погляд першокурсника ..	410
Хмельниченко В. Ю.	
Механізми та інструменти придушення української	
самобутності російською владою	413
Sierhieiev Y. V.	
The History of Law From the Start	
of Civilization to Nowadays	416

СЕКЦІЯ 14	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІКИ І КІБЕРНЕТИКИ
------------------	--

Бондаренко А. А.	
Ефективність функціонування підприємства:	
сутність та напрями підвищення.....	419
Гнаток А. Р., Глущенко В. А.	
Культурна та економічна глобалізація:	
виклики і можливості.....	421
Жук Я. А.	
Сучасний економіст: забезпечення	
фахових спроможностей	424
Каменюк А. О., Адаменко А. В.	
Механізм управління основними	
засобами на підприємстві	425
Колесніченко М. М., Ямбих Є. С.	
Бенчмаркінг як інструмент маркетингового	
менеджменту на підприємстві.....	429
Максюта А. В., Кирпичко Р. О.	
Особливості гнучкого управління проектами ІТ-галузі	
в умовах впливу технологій штучного інтелекту.....	431