

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 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

Отже, Полтавщину варто відвідати, адже Полтавщина – це унікальне місце, де поєднується усе: багата історія та культурна спадщина, мальовнича природа, смачна кухня, колоритні фестивалі, гостинність місцевих жителів. Відвідавши цей край, туристи закохаються у нього назавжди.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний туристичний портал Полтавщини. URL: <https://visitpoltava.com/>
2. Бажан О. Г. Мандруємо Полтавщиною: історія, культура, природа. – Київ : Либідь, 2020.
3. Туристичний путівник «Полтавщина туристична». – Полтава, 2022.

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ В ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ

В. В. Самофал, студентка спеціальності *Маркетинг*, група *М 6-31*

В. М. Трайно, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

В епоху цифрових технологій онлайн-торгівля стала невід'ємною частиною глобальної економіки. Сьогодні покупці можуть порівнювати ціни всього за кілька секунд, а компанії мають доступ до величезних обсягів даних, які дозволяють швидко адаптувати ціни під ринок. Однак вибір правильної стратегії ціноутворення є справжнім викликом для бізнесу.

Основні цінові стратегії для онлайн-торгівлі.

1. Преміальне ціноутворення: дорогий бренд – запорука успіху.

Висока ціна створює враження якості, статусу та унікальності. Наприклад, Apple продає дорожче за аналоги, бо споживачі вважають бренд престижним.

Преміальне ціноутворення успішне, якщо:

- товар має унікальні властивості;
- бренд має гарну репутацію;
- покупці сприймають високу ціну як ознаку якості.

Ризик: якщо ціна завищена, а унікальність неочевидна – клієнти підуть до конкурентів.

2. Демпінг: низькі ціни як спосіб перемогти ринок.

Демпінг – це штучно занижені ціни, які використовуються для стратегії конкурентної боротьби, яка полягає у зниженні

ціни на продукт чи послугу з метою залучення споживача та збільшення продажів.

Застосовується:

- новими гравцями для залучення клієнтів;
- великими компаніями, що можуть дозволити собі

тимчасові збитки.

Недоліки:

- довготривалий демпінг знижує прибуток;
- споживачі звикають до низьких цін і не хочуть платити

більше.

3. Орієнтація на конкурентів: хто перший знизив ціну, той і виграв.

Компанії постійно стежать за цінами конкурентів і змінюють свої, щоб не втрачати клієнтів. Стратегія є досить популярною на маркетплейсах

У даній ситуації:

- використовуються програми для моніторингу цін;
- ціни можуть змінюватися автоматично.

Ризик: якщо усі знижують ціни, прибуток падає, і виграє той, у кого нижча собівартість.

4. Динамічне ціноутворення: ціна змінюється щохвилини.

Технології дозволяють змінювати ціну залежно від попиту, часу та наявності товару. Приклади застосування:

- авіаквитки дорожчають ближче до вильоту;
- готелі коригують ціни залежно від заповненості;
- онлайн-магазини змінюють ціни перед святами.

Алгоритми аналізують поведінку покупців для максимізації прибутку.

5. «Гачок»: товар за копійки, а прибуток – на аксесуарах.

Основний товар дешевий, але аксесуари коштують дорого.

Приклади:

- дешеві принтери, дорогі картриджі;
- доступні ігрові приставки, дорогі ігри.

Клієнт купує дешевий товар, а потім регулярно витрачає значні кошти на супутні продукти.

Отже, успішне ціноутворення, у тому числі, в онлайн-торгівлі – це баланс між прибутком підприємства і привабливістю для покупців. Преміум-бренди продають статус, демпінг руйнує конкурентів, а динамічні ціни та «гачки» грають на поведінці

клієнтів. Головне – знайти свою стратегію та вчасно її адаптувати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке демпінг цін, види демпінгу. URL: <https://www.pricecontrol.com.ua/ua/shho-take-demping-vidi-naslidki-plyusi-i-minusi/>
2. 10 стратегій ціноутворення в e-commerce. URL: <https://pricer24.com/uk/blog/cinoutvorenniya-v-ecommerce/>

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУ

В. В. Торяник, студентка спеціальності *Маркетинг*, група М 6-41

Н. В. Карпенко, д-р екон. наук, професор кафедри *маркетингу*, професор – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У своєму дослідженні за 2020 рік ГО «Інститут аналітики та адвокації» [2] виявив проблему нестачі місць і публічних просторів, дизайн яких спонукав би містян для конструктивної взаємодії між собою. Відповідно до Концепції інтегрованого розвитку міста «Полтава 2030», одним із таких місць мали би стати бібліотеки. Прикладами перетворення на багатофункціональні громадські простори слугували філії № 4 і № 9. Однак, на жаль, цей проєкт не дав бажаного ефекту. Звісно, із 2020 року завдяки залученню бюджетних коштів та підтримці місцевих благодійників, міжнародних партнерів публічні простори з'являються. Серед таких можемо виділити, наприклад, ГО «МІСТО ХАБ», Structures Creative Space, молодіжний простір ініціатив на базі Центру культури та дозвілля Полтавської громади. Проте їх ідея полягає в організації заходів для демонстрації та просування результатів інтелектуальної, фізичної праці, як концерти, курси, ярмарки, виставки тощо.

Водночас найвідповідальніший та найтриваліший етап підготовки до таких заходів, так зване «закулісся», потребує від учасників чималих зусиль. Часто виникає проблема місця, де вони можуть, наприклад, провести збори, репетицію виступу або інші підготовчі роботи, що мають непублічний характер. Адже не всі можуть дозволити оренду студії або зали для тренування.

Крім того, у зрілих суспільствах зазвичай питання самовизначення є найактуальнішим і справді «гарячим» у підлітковому

Гречка Д. В. Сегментація ринку снєків в контексті тенденцій поведінки споживачів.....	299
Гриньков І. О. Поведінка споживачів в соціальних мережах.....	301
Данилейко М. О. Штучний інтелект як інструмент для аналізу конкурентного середовища на цифровому ринку	303
Клименко В. О. BCG-аналіз господарського портфелю підприємства «АВК»	305
Кобилецька І. П. Принципи маркетингової концепції управління підприємства.....	308
Маліцька І. І. Аналіз тенденцій розвитку рекламних та PR-кампаній	310
Нестеренко Н. О. Дослідження змін інфраструктури ринку логістики в Україні.....	313
Остроушко С. В. Засоби підвищення залученості споживачів у соціальних мережах	315
Пасяка В. І. Аналіз електронної комерції в соціальних мережах	317
Ряднина В. М. Туризм на Полтавщині.....	319
Самофал В. В. Цінові стратегії в онлайн торгівлі.....	321
Торяник В. В. Маркетинговий план соціального проєкту	323
Яремчук О. А. Дослідження поведінки споживачів в період війни	325

Наукове видання

**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)

Дизайн обкладинки *Д. Я. Вернигора*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 42,2.
Зам. № 394/2254.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.