



ISU

INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY



**XXXIV INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL  
CONFERENCE  
«World Trends in the  
Development of Scientific  
Progress»**

**August 14-16, 2024  
Varna, Bulgaria**

**ISBN 978-617-8427-25-2**



INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY

**XXXIV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND  
PRACTICAL CONFERENCE**  
«World Trends in the Development of Scientific  
Progress»

Collection of abstracts

August 14-16, 2024  
Varna, Bulgaria

UDC 01.1

XXXIV International scientific and practical conference «World Trends in the Development of Scientific Progress» (August 14-16, 2024) Varna, Bulgaria. International Scientific Unity, 2024. 191 p.

ISBN 978-617-8427-25-2

The collection of abstracts presents the materials of the participants of the International scientific and practical conference «World Trends in the Development of Scientific Progress».

The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

ISBN 978-617-8427-25-2



© Authors of theses, 2024  
© International Scientific Unity, 2024  
Official site: <https://isu-conference.com/>

## CONTENTS

### SECTION: ARCHITECTURE AND CONSTRUCTION

**Samoilenko Ye.**

CREATING THE NATURAL FRAME OF THE CITY: RIVERINE  
AREAS OF THE LEFT BANK OF THE DNIPRO..... 9

**Kuzmin O., Chemakina O., Kuzmin A., Kuzmin D.**

INCLUSIVE ENGINEERING IN THE RESTAURANT INDUSTRY..... 12

### SECTION: AUTOMATION AND ROBOTICS

**Бондаренко Є.**

ВИКОРИСТАННЯ СИТЕМ МАШИНОГО ЗОРУ В  
АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕДУРАХ КЕРУВАННЯ РУЧНИМИ  
ОПЕРАЦІЯМИ ДЛЯ ПІДТВЕРЖЕННЯ ДІЙ ПЕРСОНАЛУ НА  
КОТЕЛЬНЯХ ТА ТЕЦ..... 15

**Горенко А.**

АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ТЕЦ ТА ВИРОБНИЧИХ ЦЕХІВ ЦУКРОВОГО  
ЗАВОДУ З ТОЧКИ ЗОРУ СПОЖИВАННЯ ПАРИ..... 17

**Карпенко Р., Горенко А.**

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ПО КОХОНЕНУ  
ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ ПСЕВДО-КИПЛЯЧОГО  
ШАРУ В ТОПЦІ ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОТЛА..... 19

### SECTION: BIOLOGY AND MICROBIOLOGY

**Коц С.М., Коц В.П., Коц В.В.**

МЕТОД АЛЕКСАНДЕРА..... 22

### SECTION: BOTANY AND FORESTRY

**Ключевич М., Вигера С., Стригун О., Ковальчук Р.**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ ФІТОСМУГ В МЕЖАХ  
КУЛЬТУРНИХ ФІТОЦЕНОЗІВ..... 29

### SECTION: CHEMISTRY

**Коваль М., Фещенко Н.**

ЗАСТОСУВАННЯ ІЗОТЕРМИ ЛЕНГМЮРА ДЛЯ ОПИСУ  
ПРОЦЕСУ СОРБЦІЇ БАРВНИКА ДИСПЕРСНОГО ЧЕРВОНОГО 2С  
НА ЦЕОЛІТІ..... 32

**SECTION: ECONOMY**

<b>Flehantova A., Kupriienko Ye.</b> THE MAIN FACTORS OF INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES ON THE GLOBAL CLOTHING MARKET.....	36
<b>Flehantova A., Romaniukha D.</b> TNC AS KEY FIGURES IN THE ACCELERATION OF ECONOMIC GLOBALIZATION PROCESSES.....	39
<b>Августин Р.Р., Демків І.О., Струмецький О.І.</b> ДО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	41
<b>Гарват О.А.</b> РОЛЬ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ.....	44
<b>Kravchenko V.</b> METHODICAL PRINCIPLES OF EVALUATING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE ACTIVITY.....	46
<b>Омельяненко В.А., Фантаєв В.Е.</b> ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ SMART CITY.....	48
<b>Sachenko A.</b> FACTORS OF INNOVATION, TECHNOLOGICAL MODERNIZATION AND DIGITAL TRANSFORMATION OF NEO-INDUSTRIAL INDUSTRY.....	53

**SECTION: FINANCE AND BANKING**

<b>Коковіхіна О.О., Бойко Д.І.</b> АНАЛІЗ ПЛАТІЖНОГО ЛАНДШАФТУ УКРАЇНИ.....	56
--------------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: HISTORY**

<b>Домбровська Л., Домбровський О.</b> ДЕРЖАВОТВОРЧІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНСЬКІЙ ДЕРЖАВІ ЧАСІВ ГЕТЬМАНА П. СКОРОПАДСЬКОГО: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА СЬОГОДЕННЯ.....	59
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Романенко Д.</b> ПОДОРОЖІ УКРАЇНОЮ У ВИСВІТЛЕННІ РЕДАКЦІЇ ЧАСОПИСУ «РАДА».....	63
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: INFORMATION TECHNOLOGY & CYBERSECURITY**

<b>Петров К.Е., Божко О.Ю.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ КОРЕЛЯЦІЇ МІЖ МЕТРИКАМИ ВЕЛИКИХ МОВНИХ МОДЕЛЕЙ ТА ЕФЕКТИВНІСТЮ ДЕТЕКТУВАННЯ АІ-ГЕНЕРОВАНИХ ТЕКСТІВ.....	67
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Пирогова С.Є., Жадан К.А.</b> ПРОНИКНЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРУ КІБЕРБЕЗПЕКИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	70
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Самборська Д.В., Боженко В.В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТУ.....	74
---------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Chaikovska M., Chaikovskiy M.</b> INNOVATION MODERNIZATION MODELS OF CLOUD COMPUTING DATA CENTERS.....	76
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: JURISPRUDENCE**

<b>Луц Д.М., Куляк Р.Ю.</b> ЩОДО ПИТАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ПОВОДЖЕННЯ ІЗ ТВАРИНАМИ...	80
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Погорелий О.Г.</b> СТАТУС ЖУРНАЛІСТА У МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТАХ.....	82
--------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: MANAGEMENT**

<b>Гудима О.В.</b> ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	84
-------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Гусаковська Т.О., Кужель Н.Л., Ладатко О.Л.</b> ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ І СТРЕСУ.....	89
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: MECHANICS AND ELECTRICAL ENGINEERING**

<b>Tretiak O.</b> THREE-DIMENSIONAL MODELLING OF THE STRENGTH ELEMENTS DESIGN OF THE TURBOGENERATOR STATOR.....	93
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

**SECTION: MEDICINE**

- Dvoiashkina Yu., Novokhatnia A., Yarantseva N.**  
THE ROLE AND PLACE OF PSYCHOSOMATIC DISORDERS IN  
THE PATHOGENESIS OF THE COMORBIDE COURSE OF THE  
GASTROESOPHAGEAL REFLUX DISEASE AND AUTOIMMUNE  
TYROIDITIS IN YOUNG PEOPLE..... 96
- Glubochenko O.**  
THE STRATEGIES FOR IMPLEMENTING INTERPROFESSIONAL  
LEARNING IN MEDICAL EDUCATION..... 98
- Коробкова І.В., Морозова Н.С., Попов О.О., Лях С.І.**  
БІОПЛІВКИ ЯК ФАКТОР РИЗИКУ ІНФІКУВАННЯ ПАЦІЄНТІВ  
ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ..... 101
- Latohuz Y.I., Kovalova Yu.O., Brek V.V., Prokhorenko V.L.**  
CONTEMPORARY PHARMACOLOGICAL WAYS OF OBESITY  
MANAGEMENT..... 104
- Мельник Б.І., Боягіна О.Д.**  
ВАРІАБЕЛЬНІСТЬ ЛІНІЙНИХ РОЗМІРІВ ЧЕРЕПА ЛЮДИНИ  
ЗАЛЕЖНО ВІД СТАТІ У ВІКОВОМУ АСПЕКТІ..... 106

**SECTION: OIL AND GAS TECHNOLOGIES, ENGINEERING  
AND THERMAL POWER ENGINEERING**

- Мотрук Н., Середюк М.**  
РОЗРАХУНОК ВИТРАТ ГАЗУ В СИСТЕМАХ ГАЗОПОСТАЧАННЯ  
ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТЕОРІЇ ГРАФІВ..... 110

**SECTION: PEDAGOGY, PHILOLOGY AND LINGUISTICS**

- Кухта В., Чейпеш І.**  
ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ  
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ  
МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ..... 113
- Баневич М.Ю.**  
МОДУСИ ЕКОЛІНГВІСТИЧНОГО ДИСКУРСУ..... 115
- Колєснік М.М., Романенко Л.В.**  
РОЗРОБЛЕННЯ УЧНЯМИ 3-4 КЛАСІВ КОМІКСІВ НА УРОКАХ «Я  
ДОСЛІДЖУЮ СВІТ» З ВИКОРИСТАННЯМ СЕРВІСУ CANVA ЯК  
НАУКОВА ПРОБЛЕМА..... 119

<b>Куравська Н., Кривень С.</b> ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ КОМІЧНОГО У ФОРМУВАННІ ХАРАКТЕРУ Й АТМОСФЕРИ СЕРІАЛУ «ONLY MURDERS IN THE BUILDING».....	121
<b>Levitska A.I.</b> CRITICAL THINKING IN MEDICAL ENGLISH STUDIES: HOW LINGUISTICS INFLUENCES CLINICAL DECISIONS.....	124
<b>Мілюкова І.</b> ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ.....	130
<b>Мороз О.</b> ЕКОЛОГІЧНА ОСВІТА ЧЕРЕЗ ПРОЄКТНУ ДІЯЛЬНІСТЬ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	131
<b>Pavlushenko O., Panchenko D.</b> КАТЕГОРІЯ «ДУХОВНО БАГАТА ОСОБИСТІСТЬ» В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ.....	134
<b>Reznikov Yu., Mehboob M.H.</b> INTERNATIONALIZATION AS A TREND IN GLOBAL EDUCATION.....	138
<b>Романюк В.Л., Гладка І.А.</b> ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН-РЕСУРСІВ ДЛЯ НАВЧАННЯ ІНШОМОВНОГО ПЕРЕГЛЯДОВОГО ЧИТАННЯ СТУДЕНТІВ 1 КУРСУ.....	140
<b>Тверігінова Т.І., Іванова Ю.В.</b> ПОЛІЖАНРОВІСТЬ РОМАНУ Ю. ВІННИЧУКА «АПТЕКАР».....	145
<b>Dikal M., Korchuk T.</b> THE USE OF VIRTUAL LABORATORIES AND SIMULATIONS FOR STUDYING BIOORGANIC AND BIOLOGICAL CHEMISTRY.....	148
<b>Yamshynska N., Kutsenok N.</b> EXPLORING THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF MOBILE-ASSISTED LANGUAGE LEARNING (MALL).....	150
<b>SECTION: PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES</b>	
<b>Скіцка М.В., Крайниченко А.С.</b> ОГЛЯД МЕТОДІВ РОЗВ'ЯЗКУ ЗАДАЧ ТЕРМОПРУЖНОСТІ.....	155



**SECTION: POLITICS AND SOCIOLOGY**

**Мілова М.**  
ПОВОЄННА УКРАЇНА: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТА ПРОБЛЕМИ..... 161

**Шкіра Ю.**  
ПРОПАГАНДА ТА ЇЇ РОЛЬ У ВОЄННИХ КОНФЛІКТАХ:  
СУЧАСНИЙ КОНТЕКСТ..... 164

**SECTION: PSYCHOLOGY**

**Кальба Я., Хоменко В.**  
ВПЛИВ ЗВУКУ ПОВІТРЯНОЇ ТРИВОГИ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ  
СТАН УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ..... 168

**SECTION: PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION**

**Дмитрієв Є.М.**  
МЕХАНІЗМИ РЕФОРМУВАННЯ СЕКТОРУ БЕЗПЕКИ Й ОБОРОНИ  
У СФЕРІ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З НАТО (ДЕРЖАВНО-  
УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ)..... 172

**SECTION: TECHNICAL SCIENCES**

**Анисимов В.О.**  
ЛІНЕАРИЗАЦІЯ ОСНОВНИХ РІВНЯНЬ АКУСТОДІАГНОСТИКИ  
НАПРУЖЕНЬ..... 178

**Савенко В.І., Нестеренко І.С., Ключєва В.В., Полосенко О.В.,  
Ткачук В.М.**  
ПРОБЛЕМИ ВИЗНАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ І ВІДНОСИН НАУКОВЦІВ ІЗ ДЕРЖАВНИМИ  
ІНСТИТУТАМИ ВЛАДИ..... 181

**Савенко В.І., Нестеренко І.С., Владимиров О.В., Ткачук В.М.,  
Ключєва В.В.**  
ДІЛОВА КУЛЬТУРА І ГЕНОМ ДІЛОВОЇ ДОСКОНАЛОСТІ  
БУДІВЕЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА - ОСНОВА КУЛЬТУРИ  
ВИРОБНИЧИХ ВІДНОСИН СУСПІЛЬСТВА..... 183

**Melnyk V.A., Volyk D.A., Popadyuk I.S.**  
SIMULATION OF GRAIN MATERIAL MOVEMENT IN THE ACTIVE  
ZONE OF THE SEPARATOR..... 186

## **SECTION: ECONOMY**

# **THE MAIN FACTORS OF INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES ON THE GLOBAL CLOTHING MARKET**

**Anna Flehantova**

PhD, Associate Professor

International Economics and International Economic Relations Department

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9158-8847>

Web of Science: <https://publons.com/researcher/2190834/anna-flehantova/>

**Yevheniia Kupriienko**

Student

Specialty «International Business»

Poltava University of Economics and Trade

The global clothing market is a dynamic and changing space where thousands of transactions are made every day. It covers manufacturers, suppliers, distributors, retailers and consumers of clothing from around the world. The clothing market is characterized by a high level of competition and constant changes in fashion trends, technologies, and consumer behavior [1].

Having studied and analyzed many works of modern economists and entrepreneurs, as well as having studied in detail the activities of companies in the clothing market, we singled out seven factors that directly or indirectly affect the competitiveness of global clothing manufacturers and, in fact, shape it.

**Pricing policy.** A system of measures aimed at setting and changing prices for clothing in order to achieve competitive advantage and maximize profits. This factor is one of the most important for competitiveness, because price is one of the key factors that influence consumers' purchase decisions [2].

**Product quality.** A set of characteristics that meet the needs and expectations of consumers and are able to fully satisfy their needs. In the context of clothing manufacturers, the main characteristics of product quality can be noted in particular:

- use of high-quality and durable materials: natural fabrics, durable fittings, high-quality dyes;
- neat, high-quality and ergonomic tailoring, without defects;
- stylish and up-to-date design that meets the needs of the target audience and fashion trends, if the company focuses on them;
- comfortable, practical and functional clothing to wear that meets its purpose;
- preservation of the main characteristics and appearance under the condition of proper storage and care [3; 4].

**Marketing strategy.** A comprehensive plan of action used by a company to achieve its marketing goals. In the context of clothing manufacturers, marketing strategy includes:

- market research, analysis of competitors, their strengths and weaknesses;
- definition of the target audience, i.e. the group of people on whom the clothes will be aimed;
- development of brand positioning, i.e. creation of such a brand image that will stand out from competitors;
- development of a product strategy: characteristics and range of clothing that the company will offer;
- development of a price strategy: prices for clothes that will be competitive and profitable for the company;
- selection of distribution channels through which clothes will be sold;
- development of an advertising strategy: advertising, marketing campaigns, sales promotion, etc. [5].

The process of forming the marketing strategy of clothing manufacturers in the global market is directly influenced by:

- the level of providing the company with resources necessary for production;
- strategic goals, mission and objectives of the company; – market conditions and competitive behavior [6].

**Clothing design.** Visual and aesthetic characteristics of clothing, such as style, color, accessories, materials. Attractive design affects the perception of clothing by consumers and its competitiveness, namely by increasing the interest of consumers in the company's products and distinguishing the clothing from the competition.

Clothing design, in particular, is extremely important. First, it creates a first impression. When a person sees clothes of a certain brand for the first time, he forms conclusions about it in a matter of seconds. Attractive and interesting clothing design can help a company make a positive first impression, engage potential customers and create an overall positive impression of the brand. Secondly, clothing design helps the company to distinguish its products from the competition and makes it more recognizable, and allows consumers to express their own personality. Thirdly, product design creates an emotional connection between the consumer and the clothes, and therefore with the brand [7].

**Branding.** A complex process of creating and managing a brand that helps clothes stand out from competitors, win customer loyalty, and create a sense of prestige and exclusivity. Branding includes the development of a name, logo, slogan and other elements of visual identification; formation of brand positioning on the market; creating an emotional connection with the target audience; ensuring clear and consistent brand communication [8].

**Target audience.** A clearly defined group of people to whom the clothes are aimed. Her characteristics, such as age, gender, income level, lifestyle, values and interests, determine the design, pricing, marketing strategy and other aspects of clothing production.

The process of determining the target audience includes:

- analysis of demographic data: age, gender, income, education, marital status, place of residence;
- analysis of psychographic data: values, interests, lifestyle, personality, attitude to the brand;
- analysis of behavioral data: purchase habits, media consumption, brand loyalty, willingness to pay, risk appetite [9].

Globalization. The process of growing interconnectedness and interdependence of the countries of the world in the sphere of economy, politics, culture and other aspects of life.

The global clothing market is influenced by numerous factors that determine the competitiveness of manufacturers on the world stage. Each of these factors plays an important role in building a sustainable competitive advantage, providing manufacturers with the ability to adapt to rapid market changes and meet consumer expectations. The ability to effectively integrate these elements allows companies not only to maintain their position in the market, but also to expand their capabilities in the face of global competition.

### References

1. The World Bank. (2023). The apparel industry. URL: <https://www.worldbank.org/en/home>
2. Medium. (2021). Advantages and disadvantages of low-cost country sourcing. URL: <https://medium.com>
3. The American Society for Quality. What is quality? URL: <https://asq.org>
4. Garment Technology Magazine. 5 factors affecting the quality of garments. URL: <https://blog.dhakai.com>
5. The Harvard Business Review. (2023). Marketing strategy: The ultimate guide. URL: <https://hbr.org/topic/marketing-strategy>
6. Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). Principles of marketing (18th ed.). Pearson. 736 p.
7. Fashion Revolution. (2023). The State of Fashion. URL: <https://fashionrevolution.org/>
8. Адамчук Ганна. (2022). Вплив іміджу на конкурентоспроможність підприємства. Вінниця : Вінницький торговельно-економічний інститут. С. 9 – 14.
9. LinkedIn. (2024). Understanding Consumer Behavior in the Apparel Industry: Methods, Focus, and Research Techniques. URL: <https://www.linkedin.com/>

Collection of abstracts  
XXXIV International Scientific and Practical Conference  
«**World Trends in the Development of Scientific Progress**»  
August 14-16, 2024  
Varna, Bulgaria

Organizing committee may not agree with the authors' point of view.  
Authors are responsible for the correctness of the papers' text.

**Contact details of the organizing committee:**

Sole Proprietor Viktoriia Tsiundyk

E-mail: [info@isu-conference.com](mailto:info@isu-conference.com)

URL: <https://isu-conference.com/>

Certificate of the subject of the publishing business: ДК №7980 of 03.11.2023.



INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY