

МАТЕРІАЛИ

У ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ

КОНФЕРЕНЦІЇ

19 КВІТНЯ 2024 РІК • М. ТЕРНОПІЛЬ, УКРАЇНА

РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НАУКИ:
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТЕОРІЇ ТА
ПРАКТИКИ

ISBN 978-617-8312-43-5

DOI 10.36074/liga-ukr-19.04.2024



УДК 082:001

Р 64

Голова оргкомітету: Коренюк І.О.

Верстка: Зрада С.І.

Дизайн: Бондаренко І.В.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Інституту науково-технічної інтеграції та співпраці. Протокол № 32 від 18.04.2024 року.



Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та інформаційному бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення №25 від 05.01.2024).

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії CC BY-SA 4.0 International.

Р 64

Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики: матеріали V Всеукраїнської студентської наукової конференції, м. Тернопіль, 19 квітня, 2024 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. — 246 с.

ISBN 978-617-8312-43-5

DOI 10.62732/liga-ukr-19.04.2024

Викладено матеріали учасників V Всеукраїнської мультидисциплінарної студентської наукової конференції «Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики», яка відбулася 19 квітня 2024 року у місті Тернопіль, Україна.

УДК 082:001

ISBN 978-617-8312-43-5

© Колектив учасників конференції, 2024

© ГО «Молодіжна наукова ліга», 2024

© ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ, МАКРО- ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ ДАВНЬОЇ ГРЕЦІЇ

Новіков Д.Є., Науковий керівник: Бикова А.Л.12

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ УКРАЇНИ З ПОЛЬЩЕЮ

Півтораус А.О.14

СЕКЦІЯ 2.

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІТАЛІЇ, ЙОГО ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

Процак А.М.18

СЕКЦІЯ 3.

ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА; ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІК І АУДИТ

ВПРОВАДЖЕННЯ МОБІЛЬНОГО БАНКУ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІТ ТЕХНОЛОГІЙ

Васільєва К.І., Науковий керівник: Нагорний П.Д.20

ЗВ'ЯЗОК ІННОВАЦІЙ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ: АНАЛІЗ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ВИМІРІВ

Резнік В.С., Науковий керівник: Теліщук М.М.23

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Хмелярська Л.А., Науковий керівник: Матвійчук Н.М.26

СЕКЦІЯ 4.

МАРКЕТИНГОВА ТА ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ

Ачкасова М.Д., Науковий керівник: Захаренко-Селезньова А.М.29

ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Єфанов Р.С., Науковий керівник: Афанасьєва О.М.31

СЕКЦІЯ 4.

МАРКЕТИНГОВА ТА ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Ачкасова Марія Денисівна, здобувач вищої освіти
навчально-наукового інституту денної освіти
Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна

Науковий керівник: Захаренко-Селезньова Анжела Миколаївна, старший
викладач кафедри маркетингу
Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна

МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ

Маркетингова логістика в Україні вимагає адаптації до умов, та ризиків що змінилися за часів повномасштабного вторгнення.

Задля подолання проблем які пов'язані із логістикою необхідно не тільки отримувати гуманітарну допомогу, військову техніку, а й самим розвивати економіку під військові потреби [1].

Повномасштабне вторгнення в Україну, блокування кордонів, брак людей через мобілізацію та інші виклики вплинули на логістику. Також необхідно враховувати збільшення цін на логістичні послуги та термінів надання логістичних послуг. Ситуація в логістичному бізнесі безпосередньо залежить від потреби у транспортних та складських послугах [2].

В Україні виробництво різко впало до мінус 60%. Найбільше падіння – металургійне.

Імпорт також впав до мінус 20 – 40% у хімічних, полімерних, фармацевтичних та транспортних секторах.

Нова Пошта суттєво змінила свою роботу через війну. Вантажообіг компанії впав з 1,2 млн. до 30 тис. експрес- накладних.

Логістику компанії також було змінено, посилки перевозили із закритих відділень до вантажних центрів.

Середній час доставки посилки в Україні зараз 32 год., порівняно з 23 годинами у 2021 році.

Аптечна мережа «Подорожник» стикається з довшими термінами доставки та нестачею персоналу.

Азійський бренд косметики ISEI через окупацію основного складу втратив аутсорсингову логістику.

Мережа "Будинок іграшок" зіткнулася з проблемами при транспортуванні іграшок з Херсона та імпорту з Китаю через блокаду Червоного моря.

Блокада кордону призвела до зростання вартості доставки майже у 2 рази.

Маркетингова логістика надає можливість для виробничого підприємства: збільшити прибуток за рахунок зменшення витрат; підвищити ефективність функціонування на ринку; зменшення часу на виконання виробничого циклу на

кожному етапі; створення нових конкурентних переваг [3].

За більше ніж два роки вітчизняний бізнес пристосувався, переорієнтувався і почав налагоджувати нові експортні шляхи через країни Європи. А саме два потужні напрями:

- південний логістичний коридор в основному через Румунію;
- західний транспортний коридор, орієнтований на Балтійські країни через Польщу та Німеччину.

Незважаючи на деякі проблеми у взаємодії, великий вклад у вирішенні питань з логістики внесли асоціації експедиторів із Словаччини, Румунії, турецьчини, Польщі, Болгарії, Угорщини. Пристосування та модифікування - риса сучасної логістики. Незважаючи на струс, який вітчизняна логістика пережила на початку повномасштабного вторгнення, вона опанувала незвичність ситуації і відновила у новому вигляді транспортування належних товарів як з України, так і до неї [4].

Список використаних джерел:

1. Захаренко-Селезньова А.М. Особливості маркетингової логістики під час війни/ Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції «SCIENTIFIC RESEARCHES AND METHODS OF THEIR CARRYING OUT: WORLD EXPERIENCE AND DOMESTIC REALITIES». Вінниця, Відень 2023. Стр. 110-112. Вилучено з <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/17.02.2023/12>.
2. Логістика у війну: як українські ритейлери розв'язують проблеми з постачанням товарів у магазини Вилучено з <https://rau.ua/dosvid/logistika-u-vijnu/>.
3. Захаренко-Селезньова А.М. Специфіка маркетингової логістики на виробничому підприємстві / Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ НАУКИ: МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА МУЛЬТИДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ» Сертифікат GS070723-055 (07.07.2023) Стр. 59 - 60. Вилучено з <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/07.07.2023/17>.
4. Логістика в умовах війни. Як зберегти та підтримувати експортні поставки? Вилучено з <https://www.mikhailenko.com.ua/24-05-2023/logistyka-v-umovah-vijny-yak-zberegty-ta-pitrymuvaty-eksportni-postavky/>.