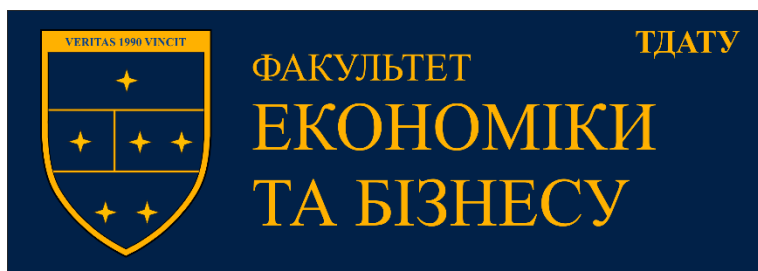


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2020

УДК 621

Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ.
Факультет економіки та бізнесу: всеукраїнська науково-технічна конференція, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 09-18 листопада 2020 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – **312 с.**

У збірнику представлено виклад тез доповідей і повідомлень поданих на всеукраїнську науково-технічну конференцію магістрантів і студентів Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного.

Тези доповідей та повідомлень подані в авторському варіанті.

Відповідальність за представлений матеріал несуть автори та їх наукові керівники.

Секція – УЧАСТЬ МОЛОДІ У РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Секція – ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Секція – ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Секція – МАРКЕТИНГ

Секція – ЕКОНОМІКА, ТУРИЗМ

Секція – МЕНЕДЖМЕНТ

Секція – ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Матеріали для завантаження розміщені за наступними посиланням:

<http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/rada-molodyh-vchenyh-ta-studentiv/konferenciji/>

- сторінка Ради молодих учених та студентів ТДАТУ

Відповідальний за випуск к.е.н., доцент Демченко І.В.
Факультет економіки та бізнесу

© Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2020

ЗМІСТ

УЧАСТЬ МОЛОДІ У РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

| | |
|--|----|
| 1. Вдодович В.М. Портрет керівника системи публічного адміністрування | 11 |
| 2. Верещак С.С. Професійне орієнтування майбутніх фахівців через національно-патріотичне виховання | 13 |
| 3. Вітовщик О.А. Державне управління як система принципів | 15 |
| 4. Вітовщик Л.А. Сучасні комунікації та електронне урядування в умовах розвитку інформаційного суспільства | 16 |
| 5. Дудніченко А.В. Щодо дефініцій «управління» та «публічне управління» | 17 |
| 6. Жечева А.М. Телефонні переговори в діловому світі | 19 |
| 7. Котій Н.І. Правові аспекти судового адміністрування | 20 |
| 8. Кравченко О.В. Територіальна громада як базова ланка місцевого самоврядування в публічному управлінні | 22 |
| 9. Крись А.О. Сучасні підходи до управління ЗВО в процесі підготовки фахівця | 24 |
| 10. Мальчев Б. Взаємодія державного та муніципального рівнів управління як фактор успішного державного будівництва | 27 |
| 11. Микитенко Л.А. Проблеми якісної підготовки кадрів для сфери публічного управління | 30 |
| 12. Міннігулов В.М. Концепція правової держави | 32 |
| 13. Новаковська О.А. Сутність надання послуг у публічному управлінні | 34 |
| 14. Новаковська О.А. Особливості адаптації студентів-першокурсників | 35 |
| 15. Новаковська О.А. Інтернет-залежність сучасної молоді | 38 |
| 16. Новаковська О.А. Успішне працевлаштування, як початок трудової кар'єри | 40 |
| 17. Пятяка Т.А. Етикет ділового спілкування | 41 |
| 18. Потапський О.А. Професіоналізм державних службовців з огляду на гендерну політику сучасності | 42 |
| 19. Самохвалова А.Ю. Основи професійної етики в роботі бухгалтера | 44 |
| 20. Силечник М.В. Права національних меншин в Україні | 45 |
| 21. Силечник М.В. Особливості психологічного стану безробітної людини | 48 |
| 22. Стоянчева Н. Діловий етикет у міжнародному бізнесі | 50 |
| 23. Танасова Н.С. Освіта як фактор забезпечення соціальної мобільності людини у сучасному суспільстві | 52 |
| 24. Тищенко Ю.В. Організація дуальної форми здобуття освіти у ВСП «Новокаховський фаховий коледж ТДАТУ» як один із засобів інноваційної форми навчання | 54 |
| 25. Федоровський Л.І. Професіоналізація публічних закупівель як запорука сталого економічного розвитку | 56 |
| 26. Ходорковська О.І. Публічне управління: методологічний аспект | 57 |
| 27. Хоменко С.В. Менеджмент соціальної роботи як різновид соціального управління | 59 |
| 28. Щербаков К.С. Ефективна підготовка до ділових переговорів | 60 |

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

| | |
|---|----|
| 1. Бакута С.М. Види неприбуткових організацій | 61 |
| 2. Бакута С.М. Облік витрат з доведення основного засобу до стану, придатного до використання | 62 |
| 3. Барвинська О.Г. Обліково-аналітичне забезпечення оплати праці | 64 |
| 4. Булаєва В.Є. Значення та роль подвійного запису в обліку | 65 |
| 5. Греченко Р.І. Проблеми розкриття інформації при консолідації фінансової звітності | 66 |
| 6. Греченко Р.І. Податкова система Швеції | 67 |
| 7. Єльцова Ю.Ю. Пристосування консолідації фінансової звітності до міжнародних стандартів | 68 |
| 8. Жечева А.М. Види зовнішньоекономічної діяльності | 69 |
| 9. Курган Л.П. Особливості проведення аналізу фінансової звітності | 70 |
| 10. Мальченко М.Ю. Податкова система Італії | 71 |
| 11. Марченко К.Ю. Облік курсових різниць | 72 |
| 12. Панченко П.І. Виникнення і розвиток бухгалтерського обліку | 73 |
| 13. Петрова Д.С. Оподаткування неприбуткових установ та організацій | 75 |
| 14. Петрушенко В.О. Неприбуткові організації: види, вимоги, досвід | 76 |
| 15. Повзло С.М. Податкові «подробиці неприбутківців» | 77 |
| 16. Риженко Б.С. Проблематика та перспективи розвитку правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності | 78 |
| 17. Самохвалова А.Ю. Визначення ризиків зовнішньоекономічної діяльності та методи управління ними | 79 |
| 18. Солоха А.М. Доходи: сутність, класифікація та види | 80 |
| 19. Стоєва Т.С. Як підвищити інвестиційну привабливість підприємств ефективною презентацією звітності | 81 |
| 20. Стоянчева Н.В. Облік експортно-імпортних операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності | 82 |
| 21. Щербаков К.С. Зовнішньоекономічний договір як основна форма зовнішньоекономічної діяльності | 83 |
| 22. Шкура Д.О. Доходи і витрати неприбуткових організацій | 84 |
| 23. Шкура Д.О. Теоретичні основи обліку запасів в системі управління підприємством | 85 |

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

| | |
|--|----|
| 1. Андрєєв Є.А. Конкурентна позиція бізнесу на ринку розважальних послуг та шляхи її зміцнення | 86 |
| 2. Андріяшин В.С. Метод аналізу ієрархій в дослідженні інноваційної діяльності підприємства | 87 |
| 3. Болтянський О.Б. Організація та ефективність збуту продукції | 88 |
| 4. Бромірський Б.О. Порівняльний аналіз інвестиційної привабливості України і Китаю | 89 |
| 5. Булаєва В. Оцінка виробничого потенціалу міста | 90 |
| 6. Булгакова Т.О. Youtube як інструмент розвитку бізнесу | 91 |
| 7. Водяницька Я.А. Стан споживчого ринку України | 92 |
| 8. Гайдакова А.А. Ринкові вимоги до якості картоплі | 93 |

| | |
|---|-----|
| 9. Грабовська Я.О. Регіональні аспекти розвитку малого підприємництва в Україні | 94 |
| 10. Жеглова А.О. Аналіз структури виробництва плодоовочевої продукції в Україні | 95 |
| 11. Жеребцова Н.С. Особливості статистики в медицині і охороні здоров'я | 96 |
| 12. Златьєв А.С. Індикатори інноваційної активності національної економіки | 97 |
| 13. Карюк А.М. Інвестиції в технічне забезпечення сільського господарства | 98 |
| 14. Копил Я.Р. Товарознавча характеристика тропічних і субтропічних плодів | 99 |
| 15. Краєва О.В. Сучасний стан ринку праці в регіоні | 100 |
| 16. Кузнецова К.В. Соціальний капітал в економічному управлінні підприємством | 101 |
| 17. Куруоглу О. В. Аналіз конкурентоспроможності підприємства за моделлю М. Портера | 102 |
| 18. Лактіонов Є.Є. Аналіз конкурентоспроможності ПАТ «Кременчукм'ясо» | 103 |
| 19. Лебедка А.А. Оцінка конкурентоспроможності ПРАТ «Полтавський олійноекстакційний завод – кернел груп» | 104 |
| 20. Лисак Г.Є. Інноваційний розвиток аграрного виробництва | 105 |
| 21. Лисак Г.Є. Бізнес в соціальних мережах: особливості та проблеми | 106 |
| 22. Ліштван М.Е. Аналіз діяльності підприємств України | 107 |
| 23. Марцун Я.М. Особливості здійснення соціальних інвестицій | 108 |
| 24. Марцун Я.М. Фактори впливу на управління формуванням прибутковості діяльності підприємств | 109 |
| 25. Рибчинська А.А. Методи просування бізнесу в Instagram | 110 |
| 26. Розумейко К.Ф. Інвестиційний розвиток торговельного підприємства | 111 |
| 27. Самофалова А.С. Статистика самогубств в Україні | 112 |
| 28. Сівакова В.С. Приклади бізнес-проекування в аграрному секторі | 113 |
| 29. Сизоненко А.С. Мотивування працівників підприємства в сучасних умовах господарювання | 114 |
| 30. Скорєва А.С. Сутність механізму ціноутворення плодової продукції | 116 |
| 31. Стаценко К.О. Статистичне порівняння середньої заробітної плати України та Польщі | 117 |
| 32. Сулейманова Е. Розвиток статистики в Україні | 118 |
| 33. Сур А.О. Децентралізація в Україні та її вплив на соціально економічний розвиток територій | 119 |
| 34. Тарасенко О.В. Економічне обґрунтування інвестиційної діяльності підприємства | 120 |
| 35. Тутова А. Кореляційно – регресійний аналіз | 121 |
| 36. Тутова А. Інтерполяція і екстраполяція. Прогнозування суспільних явищ | 124 |
| 37. Федорець М.В. Вплив соціального капіталу на саморегулювання підприємницької діяльності | 125 |
| 38. Хачко В.О. Аналіз споживання товарів та послуг в Україні | 126 |
| 39. Ходаба Л.В. Призначення статистики та ефективність її використання | 127 |
| 40. Чучман Ю.Ю. Діагностика мікросередовища підприємства | 128 |
| 41. Шеремет Ю.Д. Оцінка конкурентної позиції підприємства за допомогою матриці конкурентного профілю | 129 |

АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Хачко В.О., *lerahachko@gmail.com*

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Ринок товарів і послуг – це система відношень купівлі – продажу між економічно вільними продавцями і покупцями. Статистика має можливості відобразити стан ринку, охарактеризувати його структуру і динаміку, оцінити його коливання, виявити і змодельювати вплив ринкових чинників, прогнозувати його подальший розвиток. Статистика вивчає ринок, процес руху товарів в економічному і географічному просторі, їх обмін на гроші за цінами, що складаються відповідно до дії ринкового механізму, матеріально-технічним та ресурсним забезпеченням, соціально-економічними результатами його функціонування. Предмет статистики ринку – кількісна сторона масових ринкових явищ і процесів у взаємозв'язку з якісною стороною. Суб'єктами ринку є продавці (власники товару) і покупці (власники грошей, пред'явники попиту). Об'єктом їх взаємовідносин є товар.

У 2020 році у період карантину похитнувся попит на ділові послуги - у березні і квітні підробіток бухгалтерам, юристам, фінансистам і кадровикам пропонували на 30% рідше, ніж до пандемії. Також українці вирішили почекати із замовленням ремонту меблів - попит зменшився на 26% , майстрів і клієнів стали замовляти на 14% менше. При цьому, попит на будівельні роботи зріс на 23% але це приблизно утричі менше, ніж темп минулого року. Трохи знизився попит на оздоблювальні роботи. Приблизно на рівні лютого залишилися замовлення по ремонту техніки та автомобілів. Зберігся попит і на складські послуги. Зазначається, що замовлення на доставку продуктів збільшились у 5 разів, ліків - у 4.

За результатами опитування, близько 80% населення України віком старше 16 років користується інтернетом. З них приблизно 36% купують через інтернет. 49% онлайн-покупців робили від 5 до 20 покупок в інтернеті за останній рік, а 18% — понад 20. **Найактивнішими покупцями є люди віком 16-25, а найпоширенішою шахрайською схемою назвали передоплату за товар з подальшою недовставкою товару або доставкою товару неналежної якості. Топ-3 категорії, які українці найчастіше купують онлайн — це одяг (47%), побутова техніка та електроніка (46%), косметика та парфумерія (37%).**

Цікаво, що є певні особливості в купівлях у різних соціально-демографічних групах. Чоловіки частіше, ніж жінки, купують цифрову техніку та автотовари. Жінки - одяг, взуття, косметику/ парфумерію, товари для дітей, аксесуари та подарунки, книги в друкованому вигляді. Група віком до 25 років більш схильні купувати одяг, косметику та парфумерію, аксесуари та подарунки, книги (друковані та електронні), продукти харчування, м'які контактні лінзи, а також робити замовлення доставки готових страв. Вікова група 26-35 років – товари для дітей, засоби для догляду за грудними дітьми та товари для вагітних. Покупці 36-45 років – велику побутову техніку, автотовари, спортивний одяг; покупці 46 років та старше частіше купують медичні препарати. Частина населення з доходом 15-25 тис. грн. в місяць на сім'ю схильна найбільше купувати онлайн смартфони, запчастини та оптику для авто. А люди з доходом понад 25 тис. грн. в місяць на сім'ю купують товари практично з усіх категорій.

Використання статистичних методів дозволяє охарактеризувати структуру ринку, дослідити основні тенденції його розвитку як в ретроспективі та перспективі, а також виявити і змодельювати вплив комплексу ринкових факторів.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.10.2020).
2. Педченко Г. П. Статистика : навчальний посібник. Мелітополь : КолорПринт, 2018, 266 с.

Науковий керівник: Педченко Г.П., к.е.н., доцент кафедри ПТБ, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного