

# **MATERIAŁY**

I MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI  
NAUKOWO-PRAKTYCZNEJ

**„NAUKA I EDUKACJA W WARUNKACH  
ZMIAN CYWILIZACYJNYCH”**

30 października 2019 roku

Łódź

2019

UDK 37+65+80+81+159.9+330+631+369.032

BBK 94.3

N - 29

(N-29) **Nauka i edukacja w warunkach zmian cywilizacyjnych:** Mater. I Międz. Konf. Nauk.-Prakt. / Pod red. M.Andrzejewskiego. – Łódź: Nowa nauka, 2019. – 150 s.

ISBN 978-83-7364-933-0

REDAKTOR NACZELNY: PROF. DR HAB. MARIUSZ ANDRZEJEWSKI, UNIWERSYTET WROCŁAWSKI.

REDAKCJA: PROF. DR HAB. KATARZYNA KWINTA; DR HAB. OLHA TKACHENKO; PROF., DR.SC. STANISŁAW I. BIAŁY; PROF., DOCTOR OF ECONOMICS IRINA SHCHADILO; PROF., PH.D. IRYNA IVASHCHENKO; MGR ADAM J. SKOWRON.

REDAKTORZY TECHNICZNI: PH.D. NIKOLAY SZYJANOWSKI; MGR ZBIGNIEW TARGALSKY; MGR JULIA PETRITSKAYA

Publikacja zawiera materiały z I Międzynarodowej Konferencji Naukowo-Praktycznej „Nauka i edukacja w warunkach zmian cywilizacyjnych”, która odbyła się 30 października 2019 r. Na konferencji, która miała charakter interdyscyplinarny, zostały omówione aktualne problemy w zakresie pedagogiki, filologii, ekonomii, psychologii, przemysłu, rolnictwa, innowacji i administracji publicznej.

Dla naukowców, wykładowców wyższych uczelni, doktorantów oraz studentów.

Wszelkie prawa do artykułów z konferencji należą do ich autorów.

W artykułach naukowych zachowano oryginalną pisownię.

W przypadku cytowań obowiązkowe jest odniesienie się do zbioru.

ISBN 978-83-7364-933-0

© Autorzy materiałów, 2019  
© «Nowa nauka», 2019

**Голубьонкова О.О.**, к.е.н., доцент кафедри МПіТ

**Соколова В.І.**, магістр

*Одеська національна академія харчових технологій*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ МІКРО- ТА МАКРОСЕРЕДОВИЩА ПАТ «КОБЛЕВО»**

В останній час, виноробство в Україні втрачає темп росту. Це пов'язано з негативним впливом соціальних, політичних та економічних факторів, а також зниженням зовнішньої торгівлі на ринку.

Продукція ПАТ «Коблево» займає лідируюче місце на ринку в низькому та середньому ціновому сегменті, це обумовлено доступністю для потенційного споживача. Ціна продукції залежить не лише від вигідного місця розташування, але і іншими показниками, наприклад, сировина для продукції вирощується на власних виноградниках та зберігається у власних виносховищах [1].

Фактори мікросередовища – це елементи з оточення компанії, на яке вона може безпосередньо впливати. Насамперед, мікросередовище представлене постачальниками, споживачами, різноманітними посередниками, конкурентами та контактними аудиторіями [2].

Споживчий фактор, як і для більшості комерційних компаній, є головним чинником успіху підприємства. Вибір постачальників є не менш важливим фактором, адже це впливає на якість продукції, а в подальшому на продажі.

На сьогоднішній день ринок міцної алкогольної продукції стрімко розвивається, і конкуренція є невід'ємним елементом системи маркетингу. Основними конкурентами для компанії «Коблево» є ТОВ «ПТК Шабо», ПрАТ «Одесавинпром», ТОВ «Вінфорт» та інші.

Не малу роль відіграють контактні аудиторії засобів інформації, що допомагають привертати увагу громадськості та споживачів підприємства до його діяльності. До них можна віднести ЗМІ: пресу, радіо, телебачення та міжнародні спеціалізовані друковані видання.

Розглянувши мікросередовище фірми можна перейти до аналізу макросередовища ПАТ «Коблево» - сукупність зовнішніх факторів, що впливають на підприємство і всі складові мікросередовища, не підвладні прямому управлінню з боку підприємства. До них відносяться: соціально-демографічні фактори; економічні чинники; природні фактори; науково-технічні фактори; політико-правові чинники; соціально-культурні фактори.

Підприємство має відстежувати вплив усіх шести сил, щоб вчасно відреагувати і оптимально пристосовуватися до постійних змін [3].

За допомогою PEST-аналізу було визначено, що на підприємство значний вплив чинять саме політичні та економічні фактори. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою SWOT-аналізу, виявивши можливості та загрози, вочевидь, що ПАТ «Коблево» має усі шанси випередити своїх конкурентів та стати лідером в галузі.

Висновки. ПАТ «Коблево» може впливати на фактори мікросередовища, але, існують фактори макросередовища, на які компанія впливати не може. Тому, задля того щоб залишитись серед лідируючих компаній, створити здорову конкуренцію серед виробників та закріпити свої позиції на ринку, керівництву ПАТ «Коблево» необхідно звернути увагу на те, що на споживачів впливають політичні та економічні фактори. Канал поставок необхідно обирати за співвідношенням «ціна-якість». Тому, необхідно провести ретельний аналіз конкурентного середовища та визначити конкурентну стратегію підприємства.

#### Література:

1. Бізнес Гід «Коблево ПАТ», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koblevo.biz-gid.ru/>
2. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навчально-методичний посібник / Укладач: І.Я. Мендела. – Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. – 102 с.
3. Семенюк С. Необхідність розроблення маркетингової стратегії для підприємств / Галицький економічний вісник, № 2 (49) 2015 – с. 204-212.

## SPIS TREŚCI

NAUKI PEDAGOGICZNE

<b>Nefedchenko O.I.</b> FORMATION AND DEVELOPMEN OF HEURISTIC EDUCATION TECHNIQUES IN UKRAINIAN PEDAGOGICAL UNIVERSITIES	3
<b>Гнілуша Н.В., Смірнова В.В.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЕКОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ В УМОВАХ НОВИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	10
<b>Палагута І.В.</b> ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ТЬЮТОРСТВА ЯК ОДНІЄЇ ІЗ ФОРМ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОДОГО ФАХІВЦЯ	12
<b>Вашенко Л.Д.</b> СПІЛКУВАННЯ З РОДИНОЮ, ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ РОБОТИ У КОЛЕДЖІ	17
<b>Громова Н.В., Герман В.В.</b> ТВОРЧА САМОРЕАЛІЗАЦІЯ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА ПІД ЧАС ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ	20
<b>Комар О.С.</b> ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПІДХОДУ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	22
<b>Осипчук М.М., Семків І.І.</b> КЛАСТЕРИЗАЦІЯ СТУДЕНТІВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ R	24

FILOLOGIA

<b>Пона Воичевська, Людмила Вереміук</b> TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN NON-LINGUISTIC HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS: USE OF VARIOUS APPROACHES	29
<b>Новиков А.О.</b> ОБРАЗ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ УКРАЇНИ В РОМАНІ ОЛЕКСАНДРА ІРВАНЦЯ «ХАРКІВ 1938»	32
<b>Вискушенко С. А.</b> АНТОНІМІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ФАХОВОЇ МОВИ ТВАРИННИЦТВА	35
<b>Клейменова Т.В.</b> ОБРАЗ ПЕДАГОГА В МАЛІЙ ПРОЗІ Б. ГРІНЧЕНКА ТА Д. МАКОГОНА	38

NAUKI EKONOMICZNE

<b>Шпортко Г.Ю., Пожарська О.В.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	41
<b>Глухова В.І.</b> ПОДАТКОВА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ЯК РЕЗЕРВ ЗБІЛЬШЕННЯ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ	43
<b>Вишневська М.К., Смоліна О.Д.</b> НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ НА СУЧАСНОМУ ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	45
<b>Синиціна Ю.П., Дунайчук С.М., Чебанова М.О.</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОЕКТІВ ПІДРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДУ «ДЕРЕВА ЦІЛЕЙ»	47
<b>Святенко С.В., Гусак А.С.</b> ПЕРСПЕКТИВНІ МЕТОДИ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	50
<b>Мелконян А.Г., Єрмаков В.В.</b> ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧАСТИНА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	52
<b>Святенко С.В., Потапчук А.В.</b> ОЦІНКА ЛІКВІДНОСТІ БАНКУ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО НОВИХ СТАНДАРТІВ БАЗЕЛЯ ІІІ	54
<b>Голубьонкова О.О., Соколова В.І.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ МІКРО- ТА МАКРОСЕРЕДОВИЩА ПАТ «КОБЛЕВО»	57
<b>Вишневська К.В., Потапчук А. В.</b> СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «АРСЕЛОРМІТТАЛ КРИВИЙ РІГ»	59