

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

– вертикальні ніша — маркетингові зусилля полягають у задоволенні потреб різних груп споживачів цим товаром або групою схожих товарів;

– горизонтальна ніша — маркетингові зусилля полягають у задоволенні потреби споживача цілим набором різних товарів, в яких вони відчують потребу.

7. Підсумок. В результаті проведення сегментації у кожній групі покупців виявляються порівняно однорідні потреби у товарі та організація відповідно до цих товарних, цінових, збутової діяльності підприємства.

Література:

1. Гірченко Р.О. Маркетинг -Київ: Вища школа, 2007. с. 25-30.
2. Маркетинг: основи теорії та практики / Під редакцією: В.В. Липчука. Львів: Магнолія плюс. 2010. с. 34-43.
3. Прауде В.Р., Білий О. Б. Маркетинг. Київ: Вища школа. 2011. с. 28-36.
4. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: теоретичні основи і практикум. Навчальний посібник. Київ: Магнолія плюс. 2008. с.29-38.

УПРАВЛІННЯ АРОМАТАМИ І ЯСКРАВИМИ СПОГАДАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ «MEMORIA»

Назрієва З. Т., Коляда Н. О. здобувачі освітньо-професійної програми «Менеджмент транспортних систем і логістика»

**Науковий керівник: Сергійчук С. І., к.е.н., доцент
Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова,
м. Миколаїв**

Люди дорожать своїми спогадами, відчуттями та емоціями. Важко переоцінити те, наскільки важливим для кожного з нас є ці явища. Ностальгія – відчуття відоме кожному, часто воно надихає на дію, змінює нас. Віками люди залишали свої спогади в пам'ятних речах, у творах, піснях. Сьогодні ми отримуємо нові цифрові системи фото, відео та аудіо фіксації та збереження. Вони спрощують процес збереження спогадів, але з'являються нові проблеми відсторонення людей від формування емоційної складової їх спогадів. Тому стає актуальним розвивинення симбіотичних систем управління спогадами за допомогою різних реальних тригерів та системи штучного інтелекту.

Відчуття ностальгії завжди викликало інтерес, тому до його вивчення зверталися психологи (Й. Хоффер, Картхойзер, К. Ясперс) та філософи (Ж.-Ж. Руссо, П. Чаадаєв, І. Кант, М. Шелер). Відомо, що людина часто починає згадувати ту чи іншу подію завдяки певним трігерам (їх ще у психології називають «якорями»). Вони різними способами впливають на наші органи відчутті. Але одним із найбільш сильних є саме запах.

Феномен Пруста – це живе переживання подій минулого за допомогою сенсорних стимулів (коли запах, звук або смакове відчуття здатні викликати в уяві яскраві уривки з минулого). Найпростішим прикладом використання даного явища є зберігання старих ароматів і періодичне повернення до їх

вдихання, аби «освіжити» у пам'яті певні події. Із цього випливає потреба в тому, щоб систематизувати аромати, аби створити сильніші зв'язки. До ароматів додаються медіафайли: фото, відео, аудіо. Одразу виникає проблема: наші гаджети не достатньо надійні для того, щоб зберігати наші спогади й тригери, оскільки дуже легко пошкодити носій, а хмарні сховища не дають широких можливостей для повної синхронізації всіх даних, а медіафайли окремо не можуть занурити повністю у всі подробиці спогадів.

Нами пропонується створення персоналізованого додатку «Memoia» на базі штучного інтелекту (ШІ), який зможе збирати інформацію про користувачів і через деякий час сформує усі матеріали відповідно до подій певного дня чи періоду. Механізм запам'ятовування ароматів наступний:

- клієнт налаштовує асистента для того, щоб він задавав додаткові питання про парфуми у певний час або з певною періодичністю (день народження чи весілля, або кожного дня чи тижня).
- асистент задає питання й надає форму відповіді, користувач заповнює або обирає з наявної бази даних; у випадку незнання назви дає кодове ім'я аромату (наприклад, квітковий у синій пляшечці);
- ШІ «підв'язує» певний аромат до дня та відповідних медіа матеріалів;
- через певний час (за налаштування користувача або за замовченням) застосунок надає звіт.

Із додаткових сервісів пропонуватимемо: арома- та психотерапія, сеанси з психологами, підбір ароматів особисто для кожної людини й створення їх індивідуально. Також парфумбокси з мініатюрними пляшечками витонченої форми. Додаток «Memoia» допоможе багатьом людям зрозуміти, що їхнє життя складається із цінних моментів, мотивуватиме йти далі, творити й не здаватися. Використовуючи його, люди зможуть оновити свої спогади на більш глибокому емоційному рівні, почнуть цінувати кожний момент і матимуть свою особисту Галерею (або навіть дім) спогадів, до якого можна буде повертатися й відчувати себе затишно протягом всього життя.

БІЗНЕС-ГРА – ЗАПОРУКА ЯКІСНОГО НАВЧАННЯ

Перетяка Євгеній, студент 4 курсу

Науковий керівник: Перетяка Н. О., к.т.н., доцент

**Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку,
м. Одеса**

Вимоги сучасного життя потребують змін форм навчання для підвищення якості освіти [1]. Сучасна освіта майже не готує до дорослого життя. Зокрема, в учбових закладах не підіймаються питання фінансової грамотності. Відсутні заняття для всебічного розвитку молоді, адаптації їх у світі бізнесу та набуття практичних навичок, які стануть в нагоді при працевлаштуванні. Тому особливої актуальності набувають нові форми навчання, які покращують сприйняття інформації та дозволяють набутти компетенції, які відповідати вимогам роботодавців та сучасного життя.

- «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**
Науковий керівник: Березовська Л. В., викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 152. ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ МАНІКЮРУ 310**
Лунга Д. О., студентка 3 курсу, спец. 076
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 153. ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ МІНІ-ПЕКАРНІ «ПРОГОFF» 311**
Вражитор В. Ф., студентка 3 курсу, спец. 076
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Науковий керівник: Допіра І. А., викладач другої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 154. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ 312**
Мельніченко В. В., Гожалова А. О., студентки 3 курсу, спец. 075
«Маркетинг»
Науковий керівник: Богач Ю. В., викладач вищої кваліфікаційної категорії
Фаховий коледж нафтогазових технологій, інженерії та інфраструктури сервісу
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса
- 155. УПРАВЛІННЯ АРОМАТАМИ І ЯСКРАВИМИ СПОГАДАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ «MEMORIA» 314**
Назрієва З. Т., Коляда Н. О. здобувачі освітньо-професійної програми «Менеджмент транспортних систем і логістика»
Науковий керівник: Сергійчук С. І., к.е.н., доцент
Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова, м. Миколаїв
- 156. БІЗНЕС-ГРА – ЗАПОРУКА ЯКІСНОГО НАВЧАННЯ 315**
Перетяка Євгеній, студент 4 курсу
Науковий керівник: Перетяка Н. О., к.т.н., доцент
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Одеса