

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**XII Всеукраїнської науково-практичної
конференції молодих учених та студентів
з міжнародною участю**

**«Проблеми формування
здорового способу життя у молоді»**

3 жовтня - 5 жовтня 2019 року

м. Одеса

УДК 663/664
ББК 36.81 + 36.82
З-41

*Збірник опубліковано за рішенням Вченої Ради
від 5 листопада 2019 р., протокол №5*

Головний редактор,
канд. техн. наук, доцент

О.М. Кананихіна

Заступник головного редактора,
канд. техн. наук, доцент

Т.М. Турпурова

Редакційна колегія,
доктори техн. наук, професори:

О.Г. Бурдо, О.В. Бочарова,
Л.Г. Віннікова, К.Г. Іоргачова,
Г.В. Крусір, В.М. Плотніков,
Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов,
Н.А. Ткаченко, Н.К. Черно,

доктори екон. наук,
професори
доктор філол. наук, професор
доктор техн. наук, доцент
доктор техн. наук,
ст. наук. співроб.
канд. техн. наук, доценти

О.О. Меліх, В.В. Немченко
Г.І. Віват
О.Б. Ткаченко
О.О. Коваленко
Т.П. Сергєєва, О.О. Фесенко,
Г.А. Шевченко

Технічний редактор,
канд. техн. наук, доцент

Т.М. Турпурова

Збірник матеріалів XII Всеукраїнської науково-практичної
3-41 конференції молодих учених та студентів з міжнародною участю
«Проблеми формування здорового способу життя у молоді» /
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: ФОП Бондаренко М. О.,
2019. – 496 с., ілл.

ISBN 978-617-7829-27-9

УДК 663/664
ББК 36.81 + 36.82

За достовірність інформації відповідає автор публікації

ISBN 978-617-7829-27-9

© ОНАХТ, 2019

РОЗДІЛ 1
ФІЛОСОФІЯ ЗДОРОВ'Я.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ
ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ

використання в освітньому процесі сприяє формуванню та розвитку всіх складових здоров'я (фізичної, психічної, духовної, соціальної), відповідно, в усіх учасників освітнього процесу, як у педагогів, так і в тих, хто навчається.

Список використаних джерел

1. Концепція Нової української школи – URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>
2. Кошечко Н. Фасилітація як інноваційна технологія управління педагогічними конфліктами у закладах вищої освіти // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2018. № 2 (8). С. 24-29.
3. Прасол Н. О. Педагогічна фасилітація у професійній підготовці майбутніх учителів початкових класів // Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. 2014. Випуск 1. 47 (114). С. 222-226.
4. Фісун О. В. Педагогічна фасилітація як багатозначний феномен // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. 2010. Випуск 34. С. 133–139.
5. A civil way forward – URL: <https://www.ziviler-friedensdienst.org/en>

Науковий керівник – д-р пед. наук,
доцент Скиба Ю.А.

ТОРГОВІ МАРКИ ТА СПОРТИВНИЙ БРЕНДИНГ

Макруха О. І., Волкова А. Ю., Харахаш О. В.
Одеська національна академія харчових технологій,
м. Одеса

Організація спортивного заходу – складний та дорогий процес. Використання торговельних марок дає змогу бізнесу покращувати свою репутацію та виокремлювати себе від конкурентів на ринку, може принести значні потоки прибутку для покриття витрат на організацію цих заходів. Торгова марка – це знак, який здатний вирізняти товари чи послуги одного суб'єкта господарювання від товарів іншого, це потужний і незамінний маркетинговий інструмент. У світі спорту стратегічне

використання торгової марки відкриває значні комерційні можливості для отримання прибутку. Шанувальники спорту мають глибокий емоційний зв'язок із командами, лігами та змаганнями, за якими вони слідуєть. Наприклад, такі спортивні клуби, як «Manchester United», використовують свій бренд та лояльність своїх уболівальників, щоб збільшити дохід та прибутковість клубу за рахунок спонсорських угод та нових цифрових засобів масової інформації та їхнього вмісту.

Угоди про спонсорство підкріплюють правами торгових марок, самі угоди можуть бути надзвичайно прибутковими. Визнаючи глобальну привабливість та потужність такої маркетингової платформи, різні компанії звертаються до спорту, щоб підвищити обізнаність про свою продукцію серед споживачів, стимулювати продажі на багатолюдному та висококонкурентному ринку. Значення спортивного спонсорства наочно демонструє Олімпійські ігри. Програму «Олімпійські партнери» назвали «однією з найефективніших міжнародних маркетингових платформ у світі». За даними Міжнародного олімпійського комітету, ці комерційні партнерства приносять понад 40 % олімпійських доходів і забезпечують організаторам Олімпійських ігор доступ до технічних послуг та продуктів, необхідних для проведення цього глобального фестивалю спорту. Згідно з програмою, кожен олімпійський партнер у всьому світі набуває «ексклюзивних прав та можливостей глобального маркетингу в межах визначеної категорії товарів чи послуг». Доходи, отримані на Олімпійському ринку, розподіляють «по всьому Олімпійському руху» для розвитку спорту загалом, а також «надання фінансової підтримки спорту в країнах, що розвиваються». Талісмани – одне з найпотужніших активів Олімпійських ігор (для Японії 2020 р. – Мірайтова і Сомейті).

Багато спортивних організацій також використовують свою торгову марку та інші права інтелектуальної власності, щоб реалізовувати цінність свого бренду, ліцензуючи третім сторонам на виробництво товарів, включаючи одяг, аксесуари, взуття та інше. Наприклад, «Manchester United» уклав 10-річну угоду до липня 2025 р. з гігантом спортивного одягу «Adidas» щодо глобального технічного спонсорства та ліцензійних прав подвійної марки. Стратегічні маркетингові альянси, які зараз існують між спортивними організаціями та великими компаніями одягу, такими як Adidas, Nike, Puma, Under Armour тощо, означають, що спортивні клуби та ліги сьогодні швидко стають світовими брендами спортивного способу життя, оскільки споживачі купують потужний імідж та цінності, що охоплює спорт.

Широкий асортимент офіційних товарів або товарів, що містять емблему спортивного заходу, таких як наклейки, кукли, брелоки, спортивний одяг, кулі тощо, виробляють за ліцензією офіційних ліцензіатів заходу. Кращі спортсмени також вступають у гру. Багато хто

використовує свої особисті бренди, побудовані на основі свого спортивного успіху, щоб отримати значні прибутки за рахунок укладення контрактів з великими компаніями. Визнаючи значний маркетинговий потенціал цих суперзірок, компанії часто платять мільйони доларів спортивним та іншим особистостям за підтримку своєї продукції. Саме так зробив Nike, коли розробив асортименти своїх продуктів для суперзірок з баскетболу Майкла Джордана та Леброна Джеймса.

Науковий керівник — канд. істор. наук,
доцент Дружкова І.С.

«Я ЗУСТРІВ ОДНОГО ЧОЛОВІКА, ЯКИЙ ПОКАЗАВ МЕНІ КРАСУ ФІЗИЧНИХ ВПРАВ»

**Манженко К. І., студент II курсу факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій,
м. Одеса**

Пригадую момент, коли батьки записали мене на спортивну секцію з настільного тенісу. Перше заняття пройшло чудово, я досягнув успіхів у рухах і впевнено тримав ракетку. Прийшовши додому, я розповів матері про свої досягнення, вона була у захваті. Тоді я зрозумів, що це моє, що я досягну великих перемог у цьому виді спорту, адже мої родичі так пишалися мною. Тривав час, я дорослішав та покращував свої навички гри в настільному тенісі. Ви гадаєте, що я постійно перемагав, брав участь у змаганнях, був лідером в своїй групі? Ні. Я постійно мислив: «Чому я ніяк не можу перемогти? Чому мені лячно від думки, що я можу програти? Чому, виходячи на змагання, я відчуваю, що з мене глузує оточення і навіть мій тренер не вірить у мене?». З цими думками я щоразу ходив на тренування. Я дивився на хлопця, який постійно посміхається під час гри, жартує з тренером, легко виконує рухи, в чому його секрет? Чому в мене так не виходить? Я гірший за нього? Я гадав, що я стану чемпіоном, мої батьки будуть мною пишатися, а врешті пішов чорною плямою, яку навряд чи хтось і запам'ятав.

Пригадую моменти із мого улюбленого фільму «Чудо на Гудзоні», коли Чеслі Салленбергеру виходив на прогулянку та бігав, адже він постійно думав про те, що було б, якби він вирішив посадити

ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ПСИХІЧНОГО ЖИТТЯ ОСОБИСТОСТІ Кононцова В.В.....	22
ПЕДАГОГІЧНА ФАСИЛІТАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ Кочерга Є.В.....	25
ТОРГОВІ МАРКИ ТА СПОРТИВНИЙ БРЕНДИНГ Макруха О. І., Волкова А. Ю., Харахаш О. В.....	28
«Я ЗУСТРІВ ОДНОГО ЧОЛОВІКА, ЯКИЙ ПОКАЗАВ МЕНІ КРАСУ ФІЗИЧНИХ ВПРАВ» Манженко К. І.....	30
РАДІСТЬ І ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ Новікова В.С.....	32
ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ Онищук С.О.....	33
СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧІ ВИДИ ВОЛЕЙБОЛУ ЯК ЗАСІБ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА ФІЗИЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ Панарін М.В.....	36
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ Сапунов С.В.....	38
ВПЛИВ ФІЗИЧНИХ ВПРАВ НА ПСИХІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ Сорокін Д.О.....	40
КОМПОНЕНТИ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ Статєва Є.С.....	42
ВПЛИВ ЗАНЯТЬ СИЛОВИМИ ВИДАМИ ФІТНЕСУ НА РОЗВИТОК СИЛОВИХ ЯКОСТЕЙ У ДІВЧАТ 18-19 РОКІВ Федоряка А.В.....	45

Наукове видання

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ХІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА
СТУДЕНТІВ З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ
«ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО
СПОСОБУ ЖИТТЯ У МОЛОДІ»
3 ЖОВТНЯ - 5 ЖОВТНЯ 2019 РОКУ**

Підписано до друку 04.11.2019 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 28,83. Наклад 100 прим.
Зам. № 0412/1.

Надруковано з готового оригінал-макету у друкарні «Апрель»
ФОП Бондаренко М.О.
65045, м. Одеса, вул. В.Арнаутська, 60
тел.: +38 0482 35 79 76
www.aprel.od.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців ДК № 4684 від 13.02.2014 р.