

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МУКАЧІВСЬКА МІСЬКА РАДА
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКИ І ОСВІТИ
В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**Збірник тез доповідей за матеріалами
ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції**

**Мукачево
16-17 травня 2019 року**

УДК 001+37
С 91

Рекомендовано до друку
Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 9 від «07» травня 2019 р.)

Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 16-17 травня 2019 р., Мукачево / Ред.кол. : Т.Д.Щербан (гол.ред.) та ін. – Мукачево : Вид-во МДУ, 2019. – 654 с.

ISBN 978-617-7495-27-6

У збірнику представлено тези доповідей за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів». Учасниками конференції обговорено актуальні проблеми та перспективи розвитку психолого-педагогічної науки й освіти, тенденції розвитку суспільно-політичного й освітньо-культурного простору, сучасні орієнтири розвитку економіки, управління та інженерії, стан та перспективи розвитку туристично-рекреаційної галузі регіону та сфери гостинності в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів.

Видання розраховане на науковців, педагогів, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються науково-дослідною роботою.

Редакційна колегія:

Щербан Т.Д. – д-р психол. наук, професор, **Гоблик В.В.** – д-р екон. наук, професор, **Пігош В.А.** – канд. екон. наук, доцент, **Папп В.В.** – д-р екон. наук, професор, **Кобаль В.І.** – канд. пед.наук, доцент, **Максютова О.В.** – провідний фахівець ВНТД.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікації.

ISBN 978-617-7495-27-6

© Мукачівський державний університет, 2019

ЩЕРБАН Т.Д., ЛОКЕС З.М. Психологічні особливості самооцінки студентів у процесі професійної ідентифікації	406
ЯРЕМА А. М., МОЧАН Т. М. Формування інформаційної компетентності учнів на уроках інформатики	407
ЯЦИШИН Г-К.Я., МОЧАН Т. М. Розвиток логічного мислення учнів молодшого шкільного віку на уроках інформатики	409

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА ІНЖЕНЕРІЇ

БІЛЕЙ В.І., БІЛЕЙ-РУБАН Н.В. Вдосконалення процесу виготовлення пальто жіночого у відповідності до тенденцій моди.....	412
БОКША Н. І. Позашкільна освіта учнівської молоді в галузі дизайну і технологій виготовлення одягу.....	413
БОРА Н. Ю. Особливості медичного страхування в Україні.....	415
БОШОТА Н.В. Фінансування інноваційної діяльності підприємства.....	417
БРАТЮК В.П. Сучасні орієнтири розвитку страхового ринку.....	419
ГАВРИЛЕЦЬ О. В. Методологічні підходи до дослідження проблем розвитку та впровадження екологічного маркетингу.....	421
ГЕГЕДОШ К.В. Інтерактивний маркетинг у формуванні транскордонного співробітництва євро регіонів.....	422
ГЛАДИНЕЦЬ Н. Ю., ФЕЄР А. Є. Іноземний капітал у банківському секторі України: проблеми і наслідки.....	424
ГОБЛИК В.В., ФЕЄР А.Є. Експорт освітніх послуг українськими вузами.....	427
ГОБРЕЙ М.В. Залучення іноземних інвестицій та їхня роль в економіці закарпатської області.....	428
ЄФІМЧУК Г. В., НАЗАРЧУК М. В. Обґрунтування доцільності використання електроактивованих водних розчинів у виробництві шкіряно-хутрових матеріалів.....	431
ЖИГУЦЬ Ю.Ю., ЛАЗАР В.Ф., ХОМ'ЯК Б.Я. Сплави, виплавлювані комбінованими (СВС+МЕТАЛОТЕРМІЯ) процесами.....	432
ЗВОНАР Й.П. Аудит маркетингових можливостей та його роль в управлінні підприємством в умовах кризи.....	434
ЗВОНАР Й.П., КУЛЯ Е. В. Економічна стабільність підприємства : теоретичні засади визначення та напрями забезпечення.....	436
ЗЛОТЕНКО О.Б., РУДНІЧЕНКО Є.М. Формування елементів механізму забезпечення економічної безпеки інвестиційної діяльності промислового підприємства.....	439
ЗОЗУЛЯК М.М., СОЧКА Л. Значення інноваційних процесів для господарської діяльності підприємств.....	441
ЗЯБЛОВСЬКА Д.Є. Рельєфи як вид художнього оздоблення одягу, конструктивно-декоративна лінія та формоутворюючий елемент.....	443
ІГНАТИШИН М. В., БУРДЮХ Л.Ю. Децентралізація та її вплив на процес бюджетного регулювання	445
ІГНАТИШИН М. І., ХОМ'ЯК Б. Я. Анімація стопоходящого механізму Янсена в пакеті MATHCAD.....	447
КАБАЦІЙ В.М., ХОМ'ЯК Б.Я., ГАБОВДА О.В. Оптичні покриття на основі халькогенідних стекел для активних елементів фотоніки.....	450
КІВЕР Т.В. Удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства..	452

Основою методу є ідея про те, що якщо певним чином зробити узагальнення та обробку індивідуальних оцінок експертів з приводу конкретної ситуації, то можна отримати загальну думку, у якій буде максимальна ступінь надійності та достовірності.

Однак є деякі загальні вимоги, яких потрібно дотримуватись, незважаючи на специфіку дослідження: пропоновані експертам питання повинні формулюватись так, щоб експерт міг надати їм кількісно визначені відповіді.

Особливу увагу слід звернути на коректність питань, що містяться в опитувальній анкеті. Вони повинні точно формулюватись, однозначно тлумачитись, бути сформульовані на основі загальноприйнятої термінології; не припускається застосування важких слів, або таких, що вкрай рідко зустрічаються у спеціальній літературі і спілкуванні експертів.

УДК 658.8:339.92(4)

ГЕГЕДОШ К.В.,
Мукачівський державний університет

ІНТЕРАКТИВНИЙ МАРКЕТИНГ У ФОРМУВАННІ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ЄВРОРЕГІОНІВ

На сьогоднішній день в період становлення цифрових моделей розвитку суспільства, засоби ІТ комунікацій створюють великі можливості в посиленні міжнародних інтеграційних процесів на прикордонних територіях. Це найбільш актуально для зовнішніх кордонів Європейського Союзу та України, так, як між ними за відносно «довгий» період часу сформувалися нові відносини євроінтеграційного характеру: підписана Угода про асоціацію (2014), діє зона вільної торгівлі (2016) та безвізовий режим (2017). Спробувати втілити сучасні інтерактивні моделі у механізм розвитку транскордонного співробітництва (ТКС) України-ЄС, якісно на краще зможе змінити соціально-економічну ситуацію в прикордонних територіях учасників регіональної інтеграції.

Найбільш вдалим ринковим інструментом, який дозволяє в умовах невизначеної глобальності, як найкраще організувати економічну діяльність – є комплексна система маркетингу. А в системі інформаційно-комунікаційних відносин – інтерактивний маркетинг. В даному науковому дослідженні буде визначено сучасний стан розвитку маркетингових параметрів у мережі інтерактивного-інформаційного забезпечення веб-порталів єврорегіонів (як основної організаційної форми ТКС).

Інтерактивний маркетинг – це маркетинг, що забезпечує взаємодію з клієнтами та бізнес-партнерами з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій та електронних пристроїв [1, с. 261]. Тобто це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару... Інтернет, веб-сайти, веб-платформи, соціальні мережі, програмні додатки в телефонах – усе це інструменти інтерактивного маркетингу [2, с. 47].

Транскордонне співробітництво є сукупністю економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших взаємозв'язків (як правило, у вигляді конкретних проектів та програм) як на регіональному, так і місцевому рівнях, з метою реалізації спільних інтересів суб'єктів господарювання та територіальних громад прикордонних адміністративно-територіальних одиниць суміжних країн [3, с. 29].

Таким чином, основним завданням інтерактивного маркетингу в транскордонному співробітництві повинно стати створення інтегрованої інформаційно-аналітичної системи з урахуванням потреб учасників ТКС.

Тобто, *інтерактивний транскордонний маркетинг* – це схема відносин, яка створюється на основі бази даних регіонального вираження на WEB-платформі інтерактивних транскордонних бізнес-центрів, де його суб'єкти можуть отримати достовірну та своєчасну інформацію про проекти ТКС, підприємницький, освітній та туристичні ринки, товари і послуги запропоновані за відповідну ціну, та інші новини з проблемних та актуальних питань, які є на території, яка охоплює транскордонні взаємовідносини його учасників. Тобто, це певна система, яка забезпечує взаємодію суб'єктів та учасників транскордонних відносин з використанням сучасних інтерактивних інформаційно-комунікаційних технологій задля отримання певного позитивного результату від діяльності системи ТКС.

Важливо спробувати в більш практичному аспекті дослідити основи інтерактивного маркетингу в ТКС. Для цього використаємо досвід першого єврорегіону Європи – «Єврорегіо» (заснований в 1958 році на німецько-нідерландському кордоні). Інтерактивно-маркетингові параметри тут відображені через наступні напрями сайту [4]:

«Економіка». Можна отримати безкоштовну он-лайн інформацію щодо: стан ринку (місцезнаходження (переваги, економічна структура), можливі партнери, культурні відмінності, ключові сектори розвитку); он-лайн пошук персоналу саме для «Вашого бізнесу». Учасник єврорегіону має можливість бачити бази даних всіх єврорегіональних учасників, представити власну компанію в цифровому профілі, та розміщувати власні новини та рекламу на даному он-лайн порталі. Також по даному напрямку розміщена чимала кількість електронних бізнес посібників, каталог франчайзингових пропозицій; комплексна програма бізнес-планувальник; інформація про промисловість, торгівлю, юридичні питання щодо транскордонного бізнесу; інформаційна підтримка щодо цифрового підпису, програма малого бізнесу у виборі програмного забезпечення; керівництво по он-лайн торгівлі; експорт барометра, міжнародний аналіз експорту/імпорту; фінансові пропозиції для експорту та інвестицій у транскордонному регіоні тощо;

«Ринок праці» – інформаційна база, яка містить консультуючу функцію для громадян щодо вакантних посад за спеціальностями у транскордонному просторі. Крім того, Єврорегіо прагне до створення транскордонного утворення із професійної кваліфікації та визнання курсів і їх сертифікатів національними

сторонами. Це посилить поінформованість та інтерес до транскордонного ринку праці серед роботодавців та працівників;

«Туризм та відпочинок» – це он-лайн платформа, яка вказує на пропозицію туристичних маршрутів, численних музеїв, замків, пам'яток культури, природних ландшафтів.

Слід відмітити, що як на головній сторінці сайту, так і на суміжних (на які були окремі посилання), широко використовується посилання на інформаційну сторінку в соціальних мережах: Google+, LinkedIn, Facebook, YouTube, Twitter, і на деяких сторінках Instagram.

Відповідальний за напрямок інформаційного забезпечення в єврорегіоні «Єврорегіо» є структурний підрозділ – прикордонний інформаційний центр.

Шістдесятирічний досвід функціонування єврорегіону «Єврорегіо» може слугувати показовим прикладом щодо налагодження ефективного інформаційного забезпечення в інтерактивному режимі в контексті транскордонного співробітництва. Для більш детального ознайомлення методики оцінювання інтерактивного маркетингу в ТКС, його апробація на успішних та проблемних єврорегіонах, дивись попередні напрацювання автора [5-6].

Література

1. Данько Т.П. Количественные методы анализа в маркетинге: Монография / Т.П. Данько, И.И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005. – С. 261.
2. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя : [монографія] / авт. кол. : М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.] ; за ред. д. е. н., проф. М.А. Окландера. – Одеса : Астропринт, 2017. – С. 47.
3. Газуда Л.М., Рубіш М.А. Реалізація спільних проектів транскордонного співробітництва. Монографія. – Ужгород : ФОП Сабов А.М., 2015. – С. 29.
4. Єврорегіон «Єврорегіо» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euregio.eu/>
5. Гегедош К. В. Особливості становлення інтерактивно-інформаційного забезпечення в європейських інституціях транскордонної співпраці / К. В. Гегедош // Маркетинг і цифрові технології : науковий журнал / голов. ред. М. А. Окландер. – Одеса, 2018. – Том 2, № 3. – С. 24-47.
6. Гегедош К. В. Сучасний стан інтерактивно-інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва в Карпатському Єврорегіоні / К. В. Гегедош // Маркетинг і цифрові технології: науковий журнал / голов. ред. М. А. Окландер. – Одеса, 2018. – Том 2, № 4. – С. 57-79.

УДК 336.71

ГЛАДИНЕЦЬ Н. Ю., ФЕЄР А. Є.,
Мукачівський державний університет

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ І НАСЛІДКИ

Процеси глобалізації світової економіки не могли і не зможуть обминути ні Україну, ні її фінансово-банківську систему, особливо з огляду на відкритість



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>