

WayScience

A black and white photograph of a roller coaster car full of people ascending a steep track. The car is positioned on the left side of the frame, moving upwards along the track. The track is supported by a complex structure of dark, cylindrical pillars. The background is a cloudy sky. The text 'WayScience' is overlaid on the top part of the image in a blue, stylized font with orange horizontal bars.

V Міжнародна науково-практична
інтернет-конференція

«Сучасний рух науки»

WayScience

V Міжнародна науково-практична
інтернет-конференція

«Сучасний рух науки»

Редакція Міжнародного електронного науково-практичного журналу «WayScience»

Матеріали подані в авторській редакції. Редакція журналу не несе відповідальності за зміст тез доповіді та може не поділяти думку автора.

Сучасний рух науки: тези доп. V міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 7-8 лютого 2019 р. – Дніпро, 2019. – 864 с.

V міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Сучасний рух науки» присвячена головній місії Міжнародного електронного науково-практичного журналу «WayScience» – прокласти шлях розвитку сучасної науки від ідеї до результату.

Тематика конференцій охоплює всі розділи Міжнародного електронного науково-практичного журналу «WayScience», а саме:

- державне управління;
- філософські науки;
- економічні науки;
- історичні науки;
- юридичні науки;
- сільськогосподарські науки;
- географічні науки;
- педагогічні науки;
- психологічні науки;
- соціологічні науки;
- політичні науки;
- інші професійні науки.

молочної стиглості зерна, вносити розрахункову норму мінеральних добрив з підживленням сечовиною (N_{30}).

Найвищий рівень урожайності зерна пшениці твердої озимої (6,80 т/га) було отримано у варіанті з сортом Ріно, вегетаційними поливами до настання повної фази молочної стиглості на фоні вологозарядкового поливу, основним внесенням розрахункової дози добрив та підживленням сечовиною (N_{30}).

Вміст білка в зерні був більшим у сорту Ріно практично в усіх сполученнях досліджуваних факторів, крім варіанту з фоновим вологозарядковим поливом і основним внесенням азотних добрив. Максимальний вміст білка (16,1%) був у варіанті з сортом Ріно на ділянках з основним внесенням добрив сумісно з підживленням на фоні однієї вологозарядки, а також вологозарядкового й вегетаційних поливів до фази наливу зерна.

ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СТАНОВЛЕННЯ СВИТОГЛЯДНИХ ПОЗИЦІЙ МОЛОДІ

Каранда В.О.

студентка II курсу спеціальності «соціологія», соціально-психологічний факультет, Херсонський державний університет

Черкашина Т.О.

кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології, Херсонський державний університет

Реклама відіграє значну роль в житті сучасного суспільства. Найбільший вплив вона має на молодь, адже саме молодь є активним користувачем Інтернету і телебачення, де транслюється велика кількість різної реклами.

Не можна однозначно сказати як сильно реклама діє на світогляд, але у сучасному світі неможливо відсторонитися від неї повністю і це означає, що в будь-якому разі вона матиме певний вплив на світогляд, зокрема на світогляд молодого покоління, яке тільки що вступає в самостійне доросле життя, знаходиться в пошуку власного стилю, іміджу, формує систему цінностей та визначає життєві пріоритети.

Сьогодні багато дослідників говорять не тільки про великий, а і визначальний вплив реклами на розвиток молоді, її поведінку, свідомість.

Відображення молоді в рекламі вивчається найчастіше з точки зору негативних стереотипів про молодих представників меншин (Ю. Афанасьєва, Т. Гітлін, Дж. Страйкер, І. Яновицький).

Вплив реклами на молодь останніми роками досліджувався переважно в розрізі прищеплення молоді шкідливих для здоров'я звичок: тютюнопаління, вживання алкоголю, наркотиків, нездорової їжі (К. Печман, К. Росс, К. Флемінг, Т. Хемпфіл, М. Чен). Вивчалися також можливості позитивного впливу реклами на поведінку молоді (О. Агарков, А. Стрелковська, А. Тимошенко).

Ідеалізовані стилі життя, які нав'язує реклама суспільству, досліджували Р. Белк, Д. Белл, Б. Енгліс, Р. Полей, М. Соломон.

Поняття « реклама » походить від італійського *teclamare* - « кричати, вигукувати, вимагати ». Засновником реклами прийнято вважати якогось Ріно, зразок реклами якого був витягнутий на поверхню при розкопках давньогрецького міста [2, с.3].

У результаті різноманітних життєвих ситуацій предметом реклами стають не тільки товари і послуги, але й самі фірми, і персоналії. Все частіше реклама використовується для пропаганди економічних, політичних, екологічних, соціальних, релігійних ідей.

Реклама грає все більш помітну роль у житті суспільства. В першу чергу можна виділити економічний аспект, який впливає на рівень життя, добробут. Друга позиція стосується соціальної сфери: реклама формує уявлення про

цінності, стилі життя. І, нарешті, ще одна складова - «реклама і суспільство», що включає в себе етичні норми і питання регулювання рекламної діяльності.

З одного боку великий вплив інформації добре впливає на молодь: вона активно розвивається, отримує багато знань, а з іншого боку, реклама має негативний вплив на молоде покоління через те, що великий потік інформації не дає сконцентрувати увагу на чомусь одному і забирає весь час, який молодь могла б використати на більш корисні справи [3].

Реклама має односторонню спрямованість, носить безособовий характер, бо адресована масі споживачів. Результат рекламного звернення багато в чому не можна передбачити, тому що немає зворотнього зв'язку зі споживачем.

Реклама, впливаючи на ціннісні орієнтації молоді, культивує в них турботу про власний імідж, необхідність постійно бути в тренді. Ці модні тенденції і образи легко можна поміняти або створити заново за допомогою матеріальних речей. Необхідність бути модним і створювати свій індивідуальний образ, перетворилася в сучасній молоді в своєрідний культ.

У молодих людей під впливом рекламних образів розвиваються процеси конформності і пасивності, тобто змінюється їх поведінка і думка під впливом інформаційного тиску, стираються кордони індивідуальності. Молодь не розуміє, як реклама впливає на їх самосприйняття, самооцінку, «власне Я», і, вибираючи модель соціальної поведінки, стиль і одяг, впевнені, що це їх вибір, а не образ, нав'язаний ззовні.

Під впливом реклами, основними цінностями сучасної молоді стали індивідуалізм, кар'єризм, прагнення заробити якомога більше грошей, домогтися особистого успіху, з метою отримання свободи вибору споживчих практик і підвищення рівня життя [1]. Транслюючі рекламою образи незалежності, стилю, моди, інфантильності, «легких грошей» привели до особливого стилю поведінки молоді, характерному для споживчого товариства, а розвиток різних рекламних інструментів, і в більшій мірі мережі Інтернет, підсилюють даний ефект.

З метою визначення впливу реклами на молодь, нами було проведено емпіричне дослідження.

Дослідження було проведено протягом грудня 2018р. Використовувався метод стандартизованого інтерв'ю. Базою дослідження виступив Херсонський державний університет.

У опитуванні взяло участь 120 студентів різних факультетів ХДУ.

Серед опитаних респондентів чоловічої статі 25% (30 осіб), жіночої - 75% (90 осіб). Переважний вік респондентів 18-20 років.

Серед респондентів, які погодились на інтерв'ю нами було опитано студентів різних спеціальностей, зокрема "біологія" - 12 осіб, "спецосвіта" - 12 осіб, "хореографія" - 11 осіб, "соціологія" - 8 осіб, "логопедія" - 10 осіб, "іноземна філологія" - 12 осіб, "фізична культура" - 10 осіб, "соціальна педагогіка" - 11 осіб, "соціальна робота" - 15 осіб, "середня освіта: історія" - 11 осіб, "археологія" - 8 осіб.

Серед опитаних респондентів 66 осіб завжди пропускають чи перемикають рекламу, 40 осіб дивляться, тому що вимушені (бояться пропустити цікавий сюжет, фільм, шоу), 14 осіб іноді з цікавістю дивляться рекламу.

Найбільш цікавою для студентів є реклама товарів та послуг, її дивляться 24,4 %, соціальну рекламу – 21,4 % , довідкову - 18% , бізнес-реклама подобається 11,4 %. Найменш цікавою є анонсна і політична реклама – 8,2%; 16,6 % не дивляться рекламу взагалі.

Найчастіше опитувані зустрічають рекламу в Інтернеті - 68%, по телебаченню - 18%, на вулиці (бігборди, плакати тощо) -14%. Враховуючи відповіді респондентів можна зрозуміти, що вони майже не користуються пресою та радіо.

Більшість опитуваних (61 особа) вважають, що не піддаються впливу реклами, 33 особи сумніваються у її впливі на власну особистість, 26 осіб вважають, що реклама має вплив на людей і на них особисто.

Серед такого впливу тільки 6 % зазначили, що реклама має позитивний вплив, 72,4 % вказують на негативний і позитивний вплив реклами; 10 % вважають, що реклама має гіпнотичний вплив; 11,6 % впевнені, що вона може змінювати погляди молоді.

Щодо регулювання кількості та якості реклами, 60% (72 особи) впевнені, що можна й навіть необхідно це робити на державному та місцевих рівнях, 30 % (36 осіб) кажуть про те, що це фактично не можливо, бо трансляція реклами - це «бізнес», 10% (12 осіб) не змогли дати конкретну відповідь.

Серед опитаних 77 осіб хотіли б обмежити кількість реклами для перегляду, переважно це пов'язано із тим, що реклама заважає їм грати в онлайн - ігри, дивитися фільми, кліпи, шоу в інтернеті та по телебаченню; 32 особи - не хотіли б зменшувати її кількість, пояснюючи тим, що перегляд реклами іноді відволікає їх від роботи, думок, допомагає трохи відпочити; 11 респондентів відповіли, що для них кількість реклами не важлива.

Не зважаючи на думку більшості респондентів стосовно відсутності впливу реклами на особистість, необхідність зменшення її кількості у засобах масової інформації, потреба у регулюванні та контролі реклами, 75% опитаних вважають, що суспільству реклама необхідна.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що на сьогодні реклама дуже важлива для суспільства - вона стає частиною соціального середовища, що бере участь у становленні визначених стандартів мислення і соціального поведіння різних шарів населення, щодня впливає на мільярди потенційних споживачів - не тільки сприяє формуванню купівельних переваг, але входить в соціальне середовище, яке бере участь у становленні певних стандартів мислення та соціальної поведінки різних верств населення в тому числі й молодого покоління.

Широкі можливості реклами викликають необхідність вивчати механізми її функціонування і розвитку, ефективність впливу на підрастаюче покоління.

Список літератури:

1. Влияние современной рекламы на молодежь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.radnews.ru/влияние-современной-рекламы/> - Название с экрана
2. Здійснення контролю за дотриманням законодавства про рекламу та анти тютюнове законодавство. Методичні рекомендації. – Вінниця, 2018. – 41 с.
3. Психологічний вплив реклами на споживача [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5456630/page:4/> - Назва з екрану

**ПОШУК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ
ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКА ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ ТА АНАЛІТИЧНА
ХІМІЯ» У НФаУ**

Кизим О.Г.

НФаУ, канд. хімічних наук, доцент
(ID.ORCID 0000-0003-3197-6447,
kizim.elena63@gmail.com)

Петухова І.Ю.

НФаУ канд. хімічних наук, доцент
(ID.ORCID 0000-0001-7752-7669,
irina.petukhova@ukr.net)

Метою професійної підготовки фахівців є формування мобільної, конкурентоспроможної особистості, здатної вирішувати складні професійні завдання, брати на себе відповідальність у прийнятті рішень, планувати та організовувати професійну діяльність відповідно до сучасних вимог суспільства. Для вирішення зазначених завдань ефективною є традиційна лекційна-лабораторно-практична система з її систематичним характером навчання, впорядкованістю, логічно правильною подачею навчального матеріалу, організаційною чіткістю з оптимальними витратами ресурсів на

ЗМІСТ

Авраменко К.Б. ДОСВІД МАТЕМАТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕДАГОГІВ ДЛЯ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ (друга половина ХХ століття)	4
Албул І.В. СОЦІАЛЬНА РОБОТА З БАГАТОДІТНИМИ СІМ'ЯМИ В УКРАЇНІ	7
Александрова Р.А. МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	11
Арсентьєва Г.О., Горбунова А.С. ПРОБЛЕМА АКТУАЛІЗАЦІЇ ПОТАЄННИХ, СОКРОВЕННИХ ГОРИЗОНТІВ І МОЖЛИВОСТЕЙ БУТТЯ ЛЮДСЬКОГО «Я»	15
Артеменко Л.Б. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІТЧИЗНЯНОГО ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА НА РИНКАХ ЄВРОПИ	20
Бабушкіна Р.О., Мацко П.В. МОНІТОРИНГ РІВНЯ ЗАБРУДНЕННЯ ҐРУНТІВ У МІСЦЯХ НЕСАНКЦІОНОВАНИХ ЗВАЛИЩ ПРОМИСЛОВИХ ВІДХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	23
Барабаш О.В., Костинська О.Л., Юшина О.В. ЗАЛЕЖНІСТЬ СТАНУ РУХОВИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ВІД РОЗВИТКУ КООРДИНАЦІЙНИХ ЗДІБНОСТЕЙ У МОЛОДШОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ ШКІЛЬНОМУ ВІЦІ	27
Безнощенко В.А. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ СПРИЙНЯТТЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ УЧНЯМИ ЗАСОБАМИ ІКТ	31
Бессонова А.В., Бессонова С.И. ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ УКРАИНЫ В 2019 ГОДУ	36
Бєлікова В.В. СУЧАСНЕ МУЗИКОЗНАВСТВО ПРО РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ	39
Білик О.І., Савчин О.І. СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ	42

СОЦІАЛЬНИМИ РИЗИКАМИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД	
Бобрікова І.С., Барабаш Т.М. ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕКІЛЬКОХ ПРОТОКОЛІВ МАРШРУТИЗАЦІЇ У СКЛАДНІЙ КОМП'ЮТЕРНІЙ МЕРЕЖІ	46
Бондаренко Г.В. БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМА	52
Братченко Л.Є. СТРУКТУРА СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ	56
Будко К.О. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ЗМІСТ ТВОРІВ ПЕЙЗАЖНОГО ЖАНРУ В ЖИВОПИСІ США НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	60
Бурдуланюк А.О., Звязка С.О. КАРАНТИННІ ОРГАНІЗМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	64
Валерко Р.А., Конова О.К. ЕКОЛОГІЧНА ОЦІНКА ЛІСОКОРИСТУВАННЯ ДП «ЖИТОМИРСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»	69
Вахоцька І.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ «Я-ОБРАЗУ» АКЦЕНТУЙОВАНИХ ПІДЛІТКІВ	73
Ващенко В.В., Черкашина Т.О. СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ДО СПОРТУ	78
Вихрущ В.О. ДО ПРОБЛЕМИ КОМПАРАТИВІСТСЬКОГО АНАЛІЗУ У ГАЛУЗІ 011 «НАУКИ ПРО ОСВІТУ»	83
Віннікова О.І. ЕФЕКТ ОБРОБКИ НАСІННЯ ЕКЗОМЕТАБОЛІТАМИ ҐРУНТОВИХ МІКРООРГАНІЗМІВ, ЩО СИНТЕЗУЮТЬ ФІТОГОРМОНИ НА ФІЗІОЛОГО-БІОХІМІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ РОСЛИН ГОРОХУ	88
Гавран М.І., Гавран В.Я. ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ЯК ЗАСОБИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ	91

Гаврилечко Ю.В. «ФЕНОМЕН БЕЗБІЛЕТНИКА» В ЦІННІЙ ПОЛІТИЦІ СУБ'ЄКТА ДЕРЖАВНОГО МАРКЕТИНГУ	95
Гамова І.В. РІЗНОВИДИ РЕКЛАМНИХ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ	100
Гасій О.Б., Федина М.Ф., Салапк Л.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РОЗЧИННИКІВ НА СТУПІНЬ ОЧИЩЕННЯ ПОВЕРХНІ ПЕРЕД НАПИЛЕННЯМ ЙОННО-ПЛАЗМОВИХ ПОКРИТТІВ	103
Герасименко О.В. РОСЛИННИЦТВО ЯК ГАЛУЗЬ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА КРАЇН ЗАХІДНОЇ ТА СХІДНОЇ (ЦЕНТРАЛЬНОЇ) ЄВРОПИ	107
Гервас О.Г. ФОРМУВАННЯ ПРОЕКТНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ПРОФІЛЮ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДИЗАЙН-ОСВІТИ	112
Гіптерс З.В. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ У ФАХОВІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ (ЗАХІДНА УКРАЇНА ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТЬ)	118
Гнілуша Н.В. РЕГІОНАЛЬНА СИСТЕМА ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ КРИВОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ)	123
Гончаренко Ю.В. РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ МАЙБУТНІХ АКТОРІВ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОГО ТАНЦЮ	128
Горда М.В., Данилюк М.О. АНАЛІЗ ЗАЙНЯТОСТІ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	131
Горошкевич Н.Є. СТИМУЛЮВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ	134
Гриник С.І. ВПЛИВ ОСНОВНОГО ОБРОБІТКУ І УДОБРЕННЯ НА АГРОФІЗИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ҐРУНТУ ТА ЙОГО ЗАБУР'ЯНЕНІСТЬ В УМОВАХ ПЕРЕДКАРПАТТЯ	138

Гриценко І.С., Жукова Т.В., Колісник С.В., Мороз В.П., Костіна Т.А. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ НАВЧАННЯ НА КАФЕДРІ АНАЛІТИЧНОЇ ХІМІЇ НФАУ	142
Грищенко В.В. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ	146
Грушецький С.М. ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕНЬ ТА АНАЛІЗ КОНСТРУКТИВНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СХЕМ ГРУДКО- РУЙНУЮЧИХ РОБОЧИХ ОРГАНІВ	149
Гуменюк А.С. ДОПУСТИМІСТЬ ДОКАЗІВ ЗА КОНЦЕПЦІЄЮ «ПЛОДІВ ОТРУЄНОГО ДЕРЕВА»	154
Гуртовенко Н.В. ВПЛИВ БАТЬКІВ НА САМООЦІНКУ ПІДЛІТКА, ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ	159
Данилюк В.О. КОМУНІКАТИВНА СПРЯМОВАНІСТЬ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ (АНГЛІЙСЬКОЇ) МОВИ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА»	163
Дементьєва О.І., Бойко Т.О. РАЦІОНАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛИВНОЇ ВОДИ КУКУРУЗОЮ РІЗНИХ ГРУП СТИГЛОСТІ ЗАЛЕЖНО ВІД ЯКОСТІ ПОЛИВНОЇ ВОДИ	169
Демченко В.М. ІМПЕРСЬКІ ТРАДИЦІЇ АДМІНІСТРУВАННЯ – ЗАГРОЗА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ	174
Дирда І.А. ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	178
Дібрівна С.Б. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	183

ПІДПОРЯДКОВАНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ШВИДКОСТІ (Е.Р.С.) ДВИГУНА ПОСТІЙНОГО СТРУМУ ІЗ ЗАДАТЧИКАМИ ІНТЕНСИВНОСТІ	
Дубік В.М., Михайлова Л.М., Торчук М.В. ЛІКУВАННЯ МАСТИТУ У СВИНЕЙ ЕЛЕКТРОМАГНІТНИМ ПОЛЕМ КРАЙВИСОКОЧАСТОТНОГО ДІАПАЗОНУ	230
Дудзяк О.А. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ОДИН З ВИДІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ І РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	233
Єжель І.М., Дауді А.М. ДОСЛІДЖЕННЯ АЛЕЛОПАТИЧНОГО ВЗАЄМОВПЛИВУ ПРИ СУМІСНОМУ ПРОРОЩУВАННІ НАСІННЯ TRITICUM AESTIVUM ТА BRASSICA NAPUS	236
Єжель І.М., Пасічник І.О. ДОСЛІДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ПОШКОДЖЕННЯ ЗЕЛЕНИХ НАСАДЖЕНЬ У ШЕПЕТІВСЬКОМУ ДЕНДРОПАРКУ ТА МЕТОДІВ БОРОТЬБИ З НАПІВПАРАЗИТАМИ РОДУ VISCUM	240
Єжель І.М., Серховець Л.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ ГІГІЄНИ НА МІКРОФЛОРУ ШКІРИ РУК ЛЮДИНИ	246
Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М. ВИБІР МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВА	252
Єрємїна М.О., Дергоусова А.О. МОДЕЛЮВАННЯ ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ	255
Зарембо Н.А. РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ В ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ: НА ПРИМЕРЕ СТРУКТУРНОГО АНАЛИЗА ЧУВСТВА ОБИДЫ И ВИНЫ	259
Збаравська Л.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗАНЯТТЯХ З ФІЗИКИ ЯК ЗАСІБ	264

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ВИЩИХ АГРАРНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	
Збуринь Г.М. ІГРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В 5 КЛАСІ З ДІТЬМИ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНИМИ ПОТРЕБАМИ	268
Іванова А.А. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	272
Ishchenko O., Donenko V. IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL AND TECHNOLOGICAL SOLUTIONS OF RECONSTRUCTION OF OPERATING INDUSTRIAL ENTERPRISES	277
Іщенко О.Л., Доненко І.В. ОБГРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ УЛАШТУВАННЯ ІНЖЕНЕРНИХ МЕРЕЖ ДІЮЧИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	279
Казанок О.О., Каращук Г.В. УРОЖАЙНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ОЗИМОЇ ТВЕРДОЇ ПШЕНИЦІ ЗАЛЕЖНО ВІД ВОЛОГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РІВНЯ МІНЕРАЛЬНОГО ЖИВЛЕННЯ ПРИ ВИРОЩУВАННІ В УМОВАХ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	283
Каранда В.О., Черкашина Т.О. ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СТАНОВЛЕННЯ СВІТОГЛЯДНИХ ПОЗИЦІЙ МОЛОДІ	287
Кизим О.Г., Петухова І.Ю. ПОШУК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКА ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ ТА АНАЛІТИЧНА ХІМІЯ» У НФаУ	292
Кирилова О.О., Кирилова Є.І. ОСОБЛИВОСТІ СТАВЛЕННЯ БАТЬКІВ ДО ЦУКРОВОГО ДІАБЕТУ І ТИПУ, НА ЯКИЙ ХВОРИЄ ЇХ ДИТИНА	297
Кічук А.В. ЕКОЛОГІЯ ЖИТТЄВОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗДОРОВ'Я	301

СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ	
Книженко С.О. ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КРИМІНАЛЬНОГО СУДОЧИНСТВА В УКРАЇНІ	304
Князь С.В., Мацук В.М. АНАЛІЗУВАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	309
Коваль Г.В. ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ	313
Коваль М.С. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ РЯТУВАЛЬНИКІВ	318
Ковальчук Н.С. ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВОЇ РОБОТИ ШКОЛЯРІВ	323
Ковтун В.А., Гуртовенко А.В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	326
Константінова Е.К. ІННОВАЦІЙНА ОСВІТА ЯК ШЛЯХ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ Й УДОСКОНАЛЮВАННЯ ВИКЛАДАННЯ Й НАВЧАННЯ	330
Копей Б.В., Стефанишин А.Б. ВІДНОВЛЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ДОСЛІДНИХ ЗРАЗКІВ НАСОСНИХ ШТАНГ ПІСЛЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ	335
Кореняк О.В., Панасюк Т.І. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ОСВІТНЬОЇ ПАРАДИГМИ	338
Коротіч Г.В. МІРКУВАННЯ М. БЕРДЯЄВА ЩОДО ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСТВА	343
Корякіна І.В. РОЗВИТОК ТВОРЧОСТІ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В ПРОЦЕСІ РУХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	347
Костинська О.Л., Литвак О.О. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КОНТРОЛІ ЗА РУХОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ	351

ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ І СПОРТОМ	
Костинська О.Л., Юшина О.В. СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ В ДОНЕЦЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА	354
Костюченко Н.С. АНАЛІЗ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «ПІВНІЧНИЙ ГЗК»	359
Котвицька К.А., Котвицька Л.А. ПРОБЛЕМНИЙ МЕТОД ПРИ ВИВЧЕННІ ЯВИЩА ЕЛЕКТРОМАГНІТНОЇ ІНДУКЦІ	362
Кочубей Т.Д., Люльченко В.Г. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ІНЖЕНЕРА-ПЕДАГОГА ХАРЧОВОГО ПРОФІЛЮ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	366
Кравченко Г.С. МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ КОНТЕКСТ ВИВЧЕННЯ СІМЕЙНО – ШЛЮБНИХ ВІДНОСИН	370
Криштанович М.Ф. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ НАВЧАННІ ПРАВознавства у закладах загальної середньої освіти	375
Кучер К.М. РОЛЬ БЕРДЯНСЬКИХ ЗЕМСТВ У ВІДКРИТТІ ОБІТОЧНЕНСЬКОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОГО УЧИЛИЩА	378
Лагода О.М., Стеценко К.М. ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДИЗАЙНЕРА У ПРОЦЕСІ ЙОГО НАВЧАННЯ	382
Лескова Л.Ф. ОСОБЛИВОСТІ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	386
Линник І.Е., Бочаров О.В. ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ МАЛОМОБІЛЬНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ	392
Литвин Н.М. ПЛАНИ ТА ПРОГРАМИ КОМЕРЦІЙНИХ	396

ІНСТИТУТІВ, ТЕХНІКУМІВ, ШКІЛ В 1920-1930-Х РОКАХ	
Lukianova T., Sherbina L. PRIORITY FORMATION OF CRITERIA OF EVALUATION AND SELECTION OPTIMUM OPTION OF RENOVATION OF UNFINISHED PROJECT	401
Ляшенко Е.В., Белая Т.А., Охрименко Е.В. ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ КОМПЕТЕНТНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОГО КУРСА	404
Makarynska A., Yarmak L. DEVELOPMENT OF MIXED FODDERS FOR SNAILS	407
Малицька О.В. ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНЕ ОСВОЄННЯ СОЦІУМУ ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ	412
Marenichenko V.V., Burlaka V.I., Tonkonogov Y.L., Mudrak A.A. CHOICE AND CONSTRUCTION OF REGIONAL MANAGEMENT AND SOCIAL DEVELOPMENT STRATEGY	417
Марків В.М. ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКІ ЦІННОСТІ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОЇ ОСОБИСТОСТІ	419
Марковська О.Є. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЕЛЕМЕНТІВ СУЧАСНИХ АГРОТЕХНОЛОГІЙ ЗА УМОВ ЗРОШЕННЯ	424
Мартинець Д.С. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	428
Мартинюк Л.В. АКТИВІЗАЦІЯ МУЗИЧНО-ОБРАЗНОГО СПРИЙНЯТТЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НА УРОКАХ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА	433
Марущак О.А., Денісова Л. ПСИХОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ ПОХОДЖЕННЯ ДЕРЖАВИ	437
Марціхів Х.Р. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ БАКАЛАВРІВ ГУМАНІТАРНИХ НАУК У ГАЛУЗІ ЖУРНАЛІСТИКИ В УНІВЕРСИТЕТАХ США ТА УКРАЇНИ	442
Масалигіна В.В. ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ	446

ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	
Мельник Т.П. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ ДЛЯ СТУДЕНТІВ МЕДИЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ	450
Мельничук Ю.М., Гуменюк А.В., Школенко О.Б. ФІНАНСОВА САМОСТІЙНІСТЬ СТРАХОВОГО СЕКТОРА РЕГІОНУ	453
Микитюк О.М., Микитюк А.І. АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ СТУДЕНТІВ У НОВОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ ВУЗУ	457
Минкіна Г.О., Минкін М.В. УРОЖАЙНІСТЬ СОНЯШНИКУ ЗАЛЕЖНО ВІД ОСНОВНОГО ОБРОБІТКУ ҐРУНТУ В УМОВАХ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	460
Мікуліна М.О. ФІНАНСОВА ДІАГНОСТИКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	464
Мірзосва Т.В., Підлісецька Д.А. ГОРОХ ЯК ЕФЕКТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ СІВОЗМІН	467
Мірошніченко В.М., Костинська О.Л., Юшина О.В., Барабаш О.В., Корецький Є.О. ФІЗІОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІТЕЙ 9-11 РОКІВ, ЯКІ СЛІД ВРАХОВУВАТИ ПРИ ПЛАНУВАННІ ТРЕНУВАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ З ФУТБОЛУ	472
Могильова Т.С., Онищенко С.О., Аверчев О.В. ПРОДУКТИВНІСТЬ СОРТІВ ГОРОХУ В УМОВАХ БІОЛОГІЗАЦІЇ АГРОТЕХНІКИ ВИРОЩУВАННЯ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ	477
Москаленко Л.С. ФІЗИЧНА РЕАБІЛІТАЦІЯ СТУДЕНТІВ, ВІДНЕСЕНИХ ДО СПЕЦІАЛЬНОЇ МЕДИЧНОЇ ГРУПИ	482
Мукай Н.В., Фучила О.М. РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ СТАНДАРТІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ВЧИТЕЛІВ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ ШКІЛ США	488

Наумова А.О. ПРОБЛЕМИ ЗАКОНОДАВЧОГО ВИЗНАЧЕННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ, СПРИЧИНЕНОЇ ОСОБИ, НЕ ВИНУВАТІЙ У ВЧИНЕНІ ЗЛОЧИНУ	492
Негара О.В. «ПОВЕДІНКА ЗАЯВНИКА» ЯК ОДИН З КРИТЕРІЇВ ОБЧИСЛЕННЯ «РОЗУМНИХ СТРОКІВ» (З УРАХУВАННЯМ ПРАКТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ)	497
Неліпа К.Г. МЕЛІТОПОЛЬ ТА БЕРДЯНСЬК ЯК ЦЕНТРИ СУБРЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ РОЗСЕЛЕННЯ	502
Никіфорчук Ж.В. НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО АНГЛОМОВНОГО ЧИТАННЯ У МАЙБУТНІХ РЕЛІГІЄЗНАВЦІВ	507
Овчарук О.В., Гуцол Т.Д., Samborski A., Niemiec M. АГРОЕКОЛОГІЧНА РОЛЬ СІВОЗМІНИ В УМОВАХ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС	511
Ополонін А.М. ФИЛОСОФИЯ ЭПОХИ РАБОВЛАДЕЛЬЧЕСКОЙ ДЕМОКРАТИИ	516
Памбук В.М. ДО ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА ПЕРШОКЛАСНИКІВ	521
Панчук А.Г., Куам Чуенкам Р.Д. РОЗРОБКА МОБІЛЬНОЇ СИСТЕМА ЗВАРЮВАННЯ НАФТОГАЗОВИХ РЕЗЕРВУАРІВ	526
Пац Л.І. СИМВОЛІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ПОВТОРІВ У РОМАНІ ЛЮКО ДАШВАР «НА ЗАПАХ М'ЯСА»	531
Периста К.Е. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БАГАТОПРОЦЕСОРНИХ СИСТЕМ	534
Петренко Н.В., Медведева Л.М. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ ДО ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	540
Петрик Т.Д. ІМПРОВІЗАЦІЯ ЯК ПЕРВІСНА ФОРМА ТВОРЧОСТІ. СТАНОВЛЕННЯ МИСТЕЦТВА ІМПРОВІЗАЦІЇ	545