

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ

15 ЛИСТОПАДА 2019 РІК

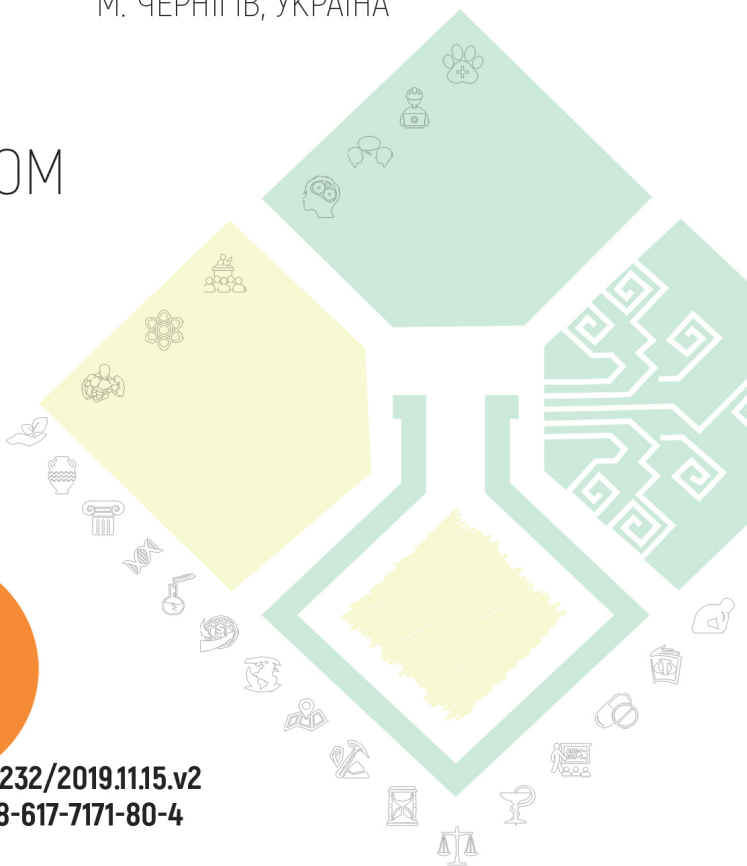
М. ЧЕРНІГІВ, УКРАЇНА

2 ТОМ

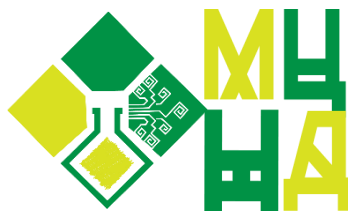


**OPEN
ACCESS**

EOI 10.11232/2019.11.15.v2
ISBN 978-617-7171-80-4



МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ

15 ЛИСТОПАДА 2019 РІК

2

ТОМ

Чернігів ♦ Україна

УДК 001(08)
Н 72

<http://eoi.citefactor.org/10.11232/15.11.2019.v2>



Голова оргкомітету: Рабей Н.Р.

Верстка: Дудник Г.М.

Дизайн: Бондаренко І.В.

Н 72 **Динаміка розвитку сучасної науки:** матеріали міжнародної наукової конференції (Т. 2), 15 листопада, 2019 рік. Чернігів, Україна: МЦНД.

ISBN 978-617-7171-80-4

EOI 10.11232/15.11.2019.v2

Викладено матеріали учасників міжнародної мультидисциплінарної наукової конференції «Динаміка розвитку сучасної науки», яка відбулася у місті Чернігів 15 листопада 2019 року.

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).



Бібліографічний опис матеріалів конференції доступний для завантаження та індексації в ORCID, Publons, Google Scholar тощо.

УДК 001 (08)

ISBN 978-617-7171-80-4

© Колектив учасників конференції, 2019
© Міжнародний центр наукових досліджень, 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ I.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ІНВЕСТИВАННЯ В ІННОВАЦІЇ Псьота Т.В.	7
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ МАЙБУТНІХ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ МСБО 36 Даниленко В.В.	8
ПРОБЛЕМИ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЗНИЖКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ Суконнова А.А.	10
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ Борисенко Д.В.	11
ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ Суконнова А.А.	14
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТРАХУВАННЯ АВТОТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ Олійник Р.В., Брода А.Ю.	15
ПРОЦЕС ТА ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ Рябчик А.В.	18
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ Герасимів З.М., Христенко Г.М.	22
РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗВІТІ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ЗА МСФЗ Антоненко Я.С.	24
РОЛЬ І МІСЦЕ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В СФЕРІ ПОСЛУГ Загоруйко С.Ю.	25
РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ Науково-дослідна група: Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Шиманська Д.О.	28

СВІТОВІ ДОСЯГНЕННЯ У СФЕРІ СМАРТ-ІННОВАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ Філіппов В.Ю.	30
СИСТЕМА КАЗНАЧЕЙСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ Пашенко А.Д., Сидоренко О.О.	32
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ Разумова Г.В.	34
СТРАТЕГІЯ «ЗНЯТТЯ ВЕРШКІВ»: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ М'ялик М.С.	38
СТРАХУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ В УКРАЇНІ Гонтар М.О., Брода А.Ю.	39
СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ Кохан К.В.	44
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ Гавриленко О.А.	46
ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ Соболевська К.О.	48
ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК МЕХАНІЗМ УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ Горох М.В.	50
ТУРИЗМ І ФРАНЧАЙЗИНГ – «ВИДИМІ» ПОСЛУГИ МІЖНАРОДНОГО ХАРАКТЕРУ В УКРАЇНІ Ушакова О.А., Добринська Ю.О.	51
УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДІНГУ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ Калініна Г.М., Малюга М.М.	53
УПАКОВКА ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА Волосян К.В.	56
УПРАВЛІННЯ АУДИТОРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ Кузьменко А.В.	58

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДУ КОМПАНІЇ «McDonald's» Загорулько С.Ю.	60
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ Шабала А.О.	62
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТАНОВЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ Довгаль І.Ю.	64
ФАКТОРИ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ Довгань Ю.В., Мельник Ю.В.	67
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА РИНКУ ЖИТЛА В УКРАЇНІ Ткаченко В.В.	69
ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ДІТЕЙ УКРАЇНИ Романів В.В., Дорошенко Н.О.	71
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ Кримова О.Д.	74
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ АН «БЛАГОВІСТ» Авдєєва Г.Ю.	79
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ Казда І.М.	85
ХАРАКТЕРНІ ВІДМІННОСТІ В ПРИГОТУВАННІ СТРАВ КУХНІ КРАЇН ЄВРОПИ Савчук В.О.	90
СЕКЦЯ II.	
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ НАУКИ	
ВИДОВЕ РІЗНОМАНІТТЯ ЛІСІВ НА ТЕРИТОРІЇ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ Бондар І.Б., Бондар О.Б.	94
ЗАБУР'ЯНЕНІСТЬ ПОСІВІВ СОРГО ЗЕРНОВОГО ЗА ВИКОРИСТАННЯ ХІМІЧНИХ І БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ Красноштан В.І.	95

ОЦІНКА ЯКОСТІ МОЛОКА-СИРОВИНИ ЗА САНІТАРНО-ПІГІЄНІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ УМОВ ОТРИМАННЯ
Сиваченко А.В. 97

СЕКЦІЯ III. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОЛОГІЯ

ДЕРЖАВНІ РЕФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ БОРОТЬБИ З
КОРУПЦІЄЮ
Пермінова С.О., Ганштель В.В. 99

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КРИЗИ В СИСТЕМІ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
Гладка Ж.О. 101

СЕКЦІЯ IV. ТЕХНІЧНІ НАУКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

BINOMIAL CLASSIFICATION IN TERMS OF TENSORFLOW
FRAMEWORK
Denysenko O. 103

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ НА РИНКУ УКРАЇНИ
Ліпковська К.А., Мерінова С.В. 105

АНАЛІЗ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВИХ ВІДНОСИН У
СФЕРІ КІБЕРЗАХИСТУ КРИТИЧНИХ ІНФРАСТРУКТУР В УКРАЇНІ
Баранова К.М. 112

ДОСЛІДЖЕННЯ BIG DATA МЕТОДАМИ МАШИННОГО НАВЧАННЯ
Веренич К.О., Семен Е.Е. 117

ЗАСТОСУВАННЯ ЗВОРОТНОГО СЕМАНТИЧНОГО ТРАСУВАННЯ
ДЛЯ ПРОЕКТУВАННЯ АРХІТЕКТУРИ ХМАРНИХ РІШЕНЬ
Бабич О.В., Бабич О.В. 122

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ІНВЕСТИВАННЯ В ІННОВАЦІЇ

Псьота Тетяна Володимирівна

здобувач вищої освіти факультету міжнародних економічних
відносин та туристичного бізнесу

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, Україна

У контексті розвитку глобальної економіки існує потреба у пріоритизації заходів, що служать основою для розвитку інноваційних технологій. Таким чином, інвестиції в інновації — центральний пріоритет та основний засіб розвитку нових технологій, що у свою чергу є каталізатором активізації діяльності на світовому інвестиційному ринку [1].

Слід розглянути такі показники, як обсяги венчурних інвестицій в інновативні технології за рейтингом глобального індексу інвестицій [2]. Важливим показником активності на міжнародному інвестиційному ринку є показник обсягів венчурних інвестицій в інновації за десятками передових країн протягом 2017 та 2018 років (табл. 1 та 2).

Даний індикатор включає в себе кількість приватних портфельних інвестицій в акціонерний капітал, усереднених за загальним обсягом угод та величиною кожної з них (об'єм). У результаті кожній країні присвоєна оцінка від 1 до 100, що відображає позицію певної країни у рейтингу глобальних венчурних інвестицій в інновації.

Таблиця 1

Загальний обсяг венчурних інвестицій в інновації (2017)

Країна	Об'єм	Оцінка
Канада	0,55	100
Ізраїль	0,43	100
Сполучені Штати Америки	0,39	100
Франція	0,31	100
Фінляндія	0,28	89,93
Данія	0,22	70,83
Сполучене Королівство	0,21	67,39
Швеція	0,19	61,88
Ісландія	0,19	59,04
Швейцарія	0,18	57,20

дані сформовано з [1]

Таблиця 2

Загальний обсяг венчурних інвестицій в інновації (2018)

Країна	Об'єм	Оцінка
Канада	0,50	100
Сполучені Штати Америки	0,40	100
Ізраїль	0,30	100

товари, послуги); витрати підприємства; цілі фірми; розмір фірми (великі фірми є цінovими лідерами); особливості виробничого процесу; життєвий цикл товару; мобільність виробничого процесу; частка ринку, що займає фірма, і становище конкурентів; географія і структура розподілу тощо. До основних зовнішніх факторів належать: структура ринку, на якому фірма продає свій товар; економічна самостійність фірми; політична стабільність країни-виробника і держав, де здійснюється збут продукції фірми; економічне середовище; еластичність попиту за ціною, що є мірою чутливості попиту на зміну цін [5].

Не можна залишати поза увагою, такі фактори, як попит, конкуренція, посередники, державне регулювання цін, витрати виробництва та якість продукції (товарів, послуг). Варто зазначити, що найчастіше в науковій літературі зазначають, що саме ці фактори є одними з основних, які впливають на цінову політику.

Отже, можна зробити висновок, що ціни визначаються умовами конкуренції, станом і співвідношенням попиту та пропозиції. Водночас як на міжнародному, так і на внутрішньому ринках процес ціноутворення має свої специфічні особливості. Відомо, що коливання попиту і пропозиції в умовах світового ринку суб'єкти зовнішньої торгівлі відчувають набагато гостріше, ніж постачальники продукції на внутрішньому ринку. Учасник міжнародної торгівлі має більше конкурентів, ніж на внутрішньому ринку. Він зобов'язаний аналізувати зміни на світовому ринку, постійно порівнювати свої витрати виробництва не тільки з внутрішніми ринковими цінами, а й зі світовими [6]. Варто зазначити, що у ринкових умовах головним засобом проти витратності є конкуренція як серед виробників, так і серед споживачів, а у теперішній час — ще й різні форми державного регулювання та суспільного контролю.

Список використаних джерел:

1. Длігач, А. О. (2006). *Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика*. Київ: Професіонал.
2. Райзберг, Б. А. (2007). *Современный экономический словарь* (5-е изд.). Москва: ИНФРА-М.
3. Нерода-Березка, К. В. (2012). *Фактори впливу на формування міжнародної цінової політики*. Київ: Поліграфкомбінат Європейського університету.
4. П'ятак, І. В. (2012). Ціноутворення та фактори впливу на становлення цінової політики. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*, (4), 130-134. Вилучено з <http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/29.pdf>.
5. Катрусак, Х. М. (2015). Чинники, що впливають на ціноутворення. *Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів (193-194)*, 25-26 листопада, 2015, Тернопіль, Україна.
6. Божкова, В. В. & Рябченко, І. М. (2013). Дослідження факторів маркетингового ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах. *Маркетинг і менеджмент інновацій* (2), 41-44. Вилучено з http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_2_40_48.pdf.

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Довгань Юрій Васильович

старший викладач кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Мельник Юлія Василівна

здобувач вищої освіти факультету торгівлі маркетингу
та сфери обслуговування
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Сучасні технологічні розробки, економічна глобалізація та швидко зростаюче населення все більше впливають на зростання попиту на товари та послуги. Тому не дивно, що існує багато ініціатив спрямованих на поліпшення логістичної діяльності підприємств. Окрім усунення непродуктивних витрат або не доданих цінностей у логістичних процесах, не менш важливим у сучасних умовах є формування стійкої логістики з врахуванням фактору охорони навколишнього середовища.

В економічно розвинених країнах за останні два-три десятиліття екологічна свідомість компаній помітно зросла. Це доводять дослідження міжнародної компанії «BearingPoint», яка спеціалізується в області бізнес-консалтингу та інформаційних технологій. Її фахівці встановили, що 35% світових компаній на корпоративному рівні враховують «зелений» ланцюг поставок [1].

Дослідженням «зеленої» логістики займалися такі зарубіжні спеціалісти як В. Педжис, Т. Лерхер, Б. Джереб, А. Лісек, А. Кумар тощо. В Україні ця сфера теоретичних та практичних знань тільки починає набирати популярності, тому є необхідність у систематизації наукових праць зарубіжних та вітчизняних вчених для їх використання в діяльності українських підприємств.

Зазвичай логістика розглядається як дії, метою яких є мінімізація витрат та максимізація прибутку. Але останнім часом, до трактування логістики як науки та практики господарської діяльності вчені додають ще один елемент – «зелена» логістика. Вона визначається як практика та стратегія управління ланцюгами поставок, які зменшують екологічний та енергетичний слід розподілу вантажів, який зосереджується на обробці матеріалів, поводженні з відходами, упаковкою та транспортом. «Зелена» логістика складається з усіх видів діяльності, які пов'язані з екологічно ефективним управлінням прямих і зворотних потоків продуктів та інформації. Вона включає вимірювання впливу різних стратегій розподілу на навколишнє середовище, зниження енерговитрат у логістичній діяльності, зменшення відходів та управління їх переробкою [2].

Спираючись на світовий досвід, «зелена» логістика в Україні може бути представлена трьома перспективами: публічною, операційною та локальною [3].

Перша перспектива стосується створення груп тиску, які можуть лобіювати державні органи законодавчої та виконавчої влади в напрямі зменшення глибоких наслідків руху вантажних перевезень. Внаслідок чого можливо

покращити ситуацію в рамках даної проблеми та знайти шляхи її вирішення. Інтерес державного сектора доповнюється зростанням залучення приватного сектора до досліджень «зеленої» логістики, оскільки бізнес має почати формулювати екологічні стратегії як на корпоративному рівні, так і щодо власної логістичної активності. Друга тенденція має на меті розширити корпоративні зобов'язання щодо «зеленої» логістики – від прийняття кількох незначних оперативних змін до впровадження екологічних принципів у стратегічне планування. Зовнішня та глобальна перспектива мають зосереджуватись на місцевому впливі на навколишнє середовище (забруднення повітря, вібрація, шум тощо).

Факторами, які впливають на «зелену» логістику є компанії, конкуренти, постачальники, споживачі, держава та суспільство. У споживачів є власні вимоги до продуктів та послуг. Клієнти, особливо ті, які мають високу екологічну обізнаність, можуть вимагати саме ті товари, які постачаються екологічними транспортними засобами, або таким чином, щоб шкода навколишньому середовищу була мінімальною. В такий спосіб клієнти змушують постачальників переходити до прийняття екологічних рішень щодо транспортування. Це має стати ключовим рушієм для українських компаній, які вживають заходи із «зеленої» логістики. Найбільший такий вплив з боку клієнтів, на нашу думку, буде відчуватися на ринку споживчих товарів.

Дослідниками запропоновано різні підходи до пояснення того, які фактори впливають на прийняття компаніями екологічних практик в сфері логістики. Серед основних з них можна виділити наступні [4]:

- тиск зацікавлених сторін;
- екологічні норми;
- розмір компанії;
- промисловий сектор та географічне розташування;
- інтернаціоналізація;
- позиція у ланцюжку вартості;
- стратегічне ставлення;
- управлінське ставлення та мотивація;
- характеристики менеджера та людські ресурси тощо.

Проте серед вищенаведених факторів є й такі, які можуть виступати бар'єрами для впровадження «зеленої» логістики, зокрема:

- відсутність ноу-хау та навичок;
- відсутність професійних порад;
- невизначеність результатів;
- нестача ресурсів;
- витрати на впровадження та обслуговування [4].

Екологізація ланцюгів поставок викликає все більшу стурбованість для багатьох українських підприємств. Помітного результату від «зелених» дій можна досягти лише керуючи ланцюгами поставок на корпоративному рівні.

Зараз українські компанії перебувають під тиском щодо розвитку екологічно «чистих» та екологічно відповідальних бізнесових дій, оскільки ставлення бізнесу до природного середовища стає все більш важливою змінною в конкурентних сценаріях глобального ринку.

Підсумовуючи вищенаведене можна зробити наступні висновки. По-перше, менеджмент українських компаній повинен враховувати, що включення екологічних питань до корпоративних стратегій залежить від різних факторів, які можуть змінюватися з часом. Визначальні чинники впровадження практики екологічної логістики залежать від компаній і від сектору діяльності, географічного положення та рівня потреб її клієнтів. По-друге, дуже важливим в «зеленій» логістиці є врахування організаційних та технологічних факторів. По-третє, наявність законодавства про охорону навколишнього середовища не є єдиним способом формування екологічно відповідальної поведінки компаній. Така поведінка формується відповідно до вимог і очікувань споживачів споживачів та завдяки екологічній обізнаності керівників компаній.

Список використаних джерел:

1. *How mature is the Green Supply Chain.* (2008). Вилучено з http://gexso.com/de/wp-content/uploads/2013/12/Green_Supply_Chain_General.pdf.
2. Pejic, V., Lerher, T., Jereb, B. & Lisec, A. (2016). Lean and Green Paradigms in Logistics: Review of Published Research. *Traffic&Transportation*, (28), 593-603.
3. Kumar, A. (2015). Green Logistics for sustainable development: an analytical review. *IOSRD International Journal of Business*, (1), 7-13.
4. Lu, M., Xie, R., Chen, P., Zou, Y. & Tang, J. (2019). Green Transportation and Logistics Performance: An Improved Composite Index. *Sustainability*, (11), 2-17.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА РИНКУ ЖИТЛА В УКРАЇНІ

Ткаченко Валентин Володимирович

здобувач вищої освіти ННІ економіки, оподаткування та митної справи
Національний університет державної фіскальної служби України, Україна

Науковий керівник: Корж Марина Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент
Національний університет державної фіскальної служби України, Україна

Загальний економічний розвиток країни та купівельна спроможність населення формують попит та вартість на житло, тому житлове питання в Україні на даний час все ж залишається досить неоднозначним.

Вагомий внесок в розвиток даного напрямку економічної науки було зроблено дослідженнями провідних світових науковців, серед яких: В.Базилевич, М.Білинська, В.Бодрова, М.Ковтун, З.Варналій, В.Венгера, В.Гейця, І.Грицька та ін.

Тривалий час держава брала на себе обов'язок забезпечення житлом населення за допомогою державних житлових програм, будівництвом житла великими забудовниками, створенням житлових кооперативів, але при цьому власником будинку все ж залишалась держава. Приватизація житла в Україні розпочалась з прийняття Закону «Про приватизацію державного житлового фонду» 19 червня 1992 р. Саме з цього моменту розпочався процес

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ»

15 листопада 2019 року ♦ Чернігів, Україна

ТОМ 2

Українською та англійською мовами

*Всі матеріали пройшли оглядове рецензування
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За точність викладеного матеріалу відповідальність несуть автори*

Підписано до друку 15.11.2019. Формат 60×84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Agia. Цифровий друк.

Умовно-друк. арк. 7,32.

Тираж: 100 примірників.

Віддруковано з готового оригінал-макету.

Контактна інформація організаційного комітету:

21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих, 40, офіс 103

Міжнародний центр наукових досліджень

Телефони: +38 098 1948380; +38 098 1956755

E-mail: info@ukrlogos.in.ua

www.ukrlogos.in.ua | www.ojs.ukrlogos.in.ua

Видавець друкованих матеріалів: Друкарня ФОРМ Гуляєва В.М.
08700, Україна, м. Обухів, вул. Малишка, 5. E-mail: 5894939@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 3909 від 02.11.2010 р.