



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

XI Міжнародної молодіжної
науково-практичної інтернет-конференції

(м.Полтава, 10 листопада 2025 року)



**Полтава
2025**

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

*До Всесвітнього дня науки в ім'я миру
та розвитку, Міжнародного року
кооперативів 2025*

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**XI Міжнародної молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 10 листопада 2025 року)

**Полтава
ПУЕТ
2025**

УДК 001:378-053.6(082)
НЗ4

*Розповсюдження та тиражування без
офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

Друкується відповідно до Наказу по університету № 182-Н від 10 вересня 2025 року.

Організаційний комітет конференцій:

О. О. Нестуля, голова організаційного комітету, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ;
Л. Г. Войнаш, співголова організаційного комітету, член Президії Укркоопспілки, директор Департаменту освіти і науки, директор НМЦ «Укоопосвіта», канд. екон. наук;
Н. С. Педченко, співголова організаційного комітету, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;
Н. І. Манжура, заступник голови організаційного комітету, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;
С. В. Гаркуша, д-р техн. наук, професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;
О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент директор Навчально-наукового інституту забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;
Т. П. Гудзь, д-р екон. наук, професор, директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації ПУЕТ;
Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ;
С. І. Нестуля, д-р пед. наук, професор, директор Навчально-наукового інституту лідерства ПУЕТ;
Ю. В. Перегуда, директор Міжнародного науково-освітнього центру ПУЕТ;
А. С. Ткаченко, д-р техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;
Л. С. Франко, канд. екон. наук, директор Полтавського фахового коледжу ПУЕТ;
В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;
С. О. Дудник, голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених ПУЕТ;
Д. А. Фіслюк, голова Наукового товариства студентів ПУЕТ;
А. В. Філіпповський, голова Студентської ради університету ПУЕТ;
О. В. Чабан, голова Ради молодих вчених ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.
Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.
Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.
Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

**Наука і молодь у XXI сторіччі : збірник матеріалів XI Міжна-
НЗ4 родної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції**
(м. Полтава, 10 листопада 2025 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. –
973 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ.
мовами.

ISBN 978-966-184-486-4

У збірнику представлено тези учасників Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь у XXI сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнології та біоінженерія», «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг», «Економіка та міжнародні економічні відносини», «Комп'ютерні науки», «Кооперативна модель розвитку економіки в сучасних глобальних і безпекових викликах сьогодення», «Лідерство та особистісний розвиток», «Маркетинг», «Менеджмент», «Облік і оподаткування», «Освітні науки», «Патріотичне виховання в сучасному педагогічному процесі як складова національної безпеки незалежної України», «Право», «Психологія», «Публічне управління та адміністрування», «Торгівля», «Туризм та рекреація», «Філологія», «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», «Харчові технології», «Якість вищої освіти: проблеми, виклики перспективи».

УДК 001:378-053.6(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-486-4

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств
(Укркоопспілка)

Полтавський університет економіки і торгівлі (Україна)

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут (Україна)

Повісланський університет (Республіка Польща)

Євразійський національний університет імені Л. М. Гумільова
(Республіка Казахстан)

Кооперативно-торговий університет Молдови
(Республіка Молдова)

Таджицький державний університет комерції
(Республіка Таджикистан)

Університет національного та світового господарства
(Республіка Болгарія)

УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Berlin International University of Applied Sciences
(Berlin, Germany)

Відокремлений структурний підрозділ
«Ніжинський фаховий коледж Національного університету
біоресурсів і природокористування України»
(м. Ніжин, Україна)

Відокремлений структурний підрозділ
Одеський технічний фаховий коледж
Одеського Національного Технологічного Університету
(м. Одеса, Україна)

Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
(м. Вінниця, Україна)

Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
(м. Вінниця, Україна)

Virginia Commonwealth University
(Richmond, USA)

Глухівський національний педагогічний університет
імені Олександра Довженка
(м. Глухів, Україна)

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»
(м. Київ, Україна)

Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

Дніпровський державний аграрно-економічний університет
(м. Дніпро, Україна)

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»
(м. Кам'янець-Подільський, Україна)

Inha-university
(Republic of Korea)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(м. Київ, Україна)

Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського
(м. Київ, Україна)

Лозівська філія Харківського автомобільно-дорожнього
фахового коледжу
(м. Лозова, Україна)

Львівський торговельно-економічний університет
(м. Львів, Україна)

Міжнародний гуманітарний університет
(м. Одеса, Україна)

Навчально-науковий інститут філології Київського
національного університету імені Тараса Шевченка
(м. Київ, Україна)

Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»
(м. Харків, Україна)

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(м. Київ, Україна)

Національний транспортний університет
(м. Київ, Україна)

Національний університет цивільного захисту України
(м. Черкаси, Україна)

Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка
(м. Полтава, Україна)

Полтавський університет економіки і торгівлі
(м. Полтава, Україна)

Полтавський фаховий коледж
Полтавського університету економіки і торгівлі
(м. Полтава, Україна)

Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

Український державний університет залізничного транспорту
(м. Харків, Україна)

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
(м. Харків, Україна)

Харківський національний педагогічний університет
імені Г. С. Сковороди
(м. Харків, Україна)

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова
(м. Харків, Україна)

Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова
(м. Хмельницький, Україна)

Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка
(м. Кропивницький, Україна)

Ю. Я. Косенко

Самоменеджмент як основа
ефективного управління персоналом 473

А. В. Кочерга

Мотивація як превентивна міра уникнення
конфліктів на промислових підприємства 475

О. В. Кравець

Використання Big Data у стратегічному менеджменті 478

V. O. Kuchmenko

Logistics, supply, and recovery of
enterprises in wartime conditions 481

О. Ю. Луцишин

Особливості управління людськими ресурсами
на підприємствах будівельної галузі 482

Р. В. Молько, В. В. Ястреба

Концепція антикризового toolbox для ТОВ «Нова пошта»:
сучасне бачення та принципи побудови..... 486

С. І. Олійник, М. М. Колесніченко, Є. С. Ямбих

Інноваційні моделі управління поведінкою
споживачів в умовах війни 488

Я. Б. Пиріг, М. В. Лавецький

Культура безпечності харчових продуктів:
особливості оцінювання..... 491

К. І. Пономаренко

До проблеми розвитку інноваційної компетентності
педагогів закладів загальної середньої освіти 494

А. В. Ропавка

Цифровізація корпоративного управління на
основі використання імерсивних технологій:
досвід світових ІТ-компаній..... 498

Artem Ryzhkov

Managing digital change in financial institutions..... 501

О. С. Соколов

Цифрова етика як основа партнерських
відносин у фандрайзингових проектах..... 503

on the educated user. From the level of financial literacy to the analytical platforms of banks, this path is the foundation for sustainable digital development and economic independence of the state

References

1. Shterma, T., Honcharuk, Ya., & Leschuk, V. (2025). Trends in the digitalization of the financial sector and challenges for legal regulation. *Economy and Society*, Vol. 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-109>.
2. Babych, O. (2023). Influence of digitalization on financial institutions. *Kyiv Economic Scientific Journal*, № 3. P. 7–13. DOI 10.32782/2786-765X/2023-3-1.
3. Volkova, N., & Kuzmynskiy, Ye. (2025). Trends in the digitalization of the financial sector and challenges for legal regulation. *Economy and Society*, Vol. 75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-43>.

ЦИФРОВА ЕТИКА ЯК ОСНОВА ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН У ФАНДРАЙЗИНГОВИХ ПРОЄКТАХ

О. С. Соколов, спеціальність Менеджмент, група МЕН PhD січ-21

А. М. Соколова, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Процеси діджиталізації безсумнівно впливають на всі сфери життєдіяльності населення країни та національної економіки в цілому. Зокрема, впровадження цифрових технологій в усі галузі докорінно змінило форму спілкування та трансформувало логіку побудови стратегій моделей бізнесу, особливо щодо формування довіри та механізмів партнерської взаємодії, що, наразі, є однією з конкурентоспроможних переваг ефективного розвитку суб'єктів господарювання. Це надзвичайно актуально для сфери фандрайзингу, яка базується на вмінні переконати, зацікавити й утримати увагу потенційних інвесторів або донорів. Для стартапів – новостворених, динамічних, але часто нестійких проєктів – ефективна ділова комунікація стає одним із ключових важелів розвитку та підтримки, як і сама інноваційна ідея [1]. Водночас, в сучасних умовах всебічної цифровізації, етичний компонент комунікації набуває нового змісту: у цифровому середовищі етика стає гарантом довіри, що є визначальним фактором успішного фандрайзингу.

Цифровізація бізнесу призвела до розмиття меж між приватним і публічним, особистим і професійним. Якщо раніше етичні норми реалізовувалися у форматі безпосередніх ділових контактів, то сьогодні вони набули нового виміру – цифрової етики [2].

Етичність у цифровому фандрайзингу проявляється у прозорості збору коштів, достовірності інформації, захисті персональних даних, чесності та відкритості комунікації з донорами [3]. Імідж стартапу, окрім забезпечення відповідної якості продукту чи наданої послуги, тепер залежить ще й від етичності поведінки засновників у цифровому просторі: від публікацій у соціальних мережах до способу подання презентації для пітчінгу. Оскільки порушення етичних принципів легко та швидко відслідковується та фіксується цифровим середовищем, що у часи відкритих платформ, прозорих відгуків та рейтингових систем, можуть призвести до фатальних репутаційних втрат, зокрема для молодих стартапів. Отже, етика перетворюється на стратегічний капітал, який формує довіру інвесторів, партнерів і команди.

Цифровий фандрайзинг, як мистецтво переконання в умовах цифрової комунікації, набуло нових форм прояву. Онлайн-пітчінг, краудфандінгові платформи, e-mail маркетинг, відео-презентації, LinkedIn-нетворкінг – інструменти фандрайзингу, що включають їх синтез та інтеграцію з цифровими та інноваційно-комунікативними технологіями [3] та потребують особливої майстерності міжособистісного впливу, побудови довіри та цифрового етикету.

У цифровому форматі комунікації часто виникають ризики нерозуміння та викривлення змісту повідомлення, оскільки зникає більшість невербальних сигналів (жести, міміка, погляд). Тому особливо важливою стає структурованість, емоційна грамотність і точність мовлення.

У бізнес-комунікації цифрового фандрайзингу варто актуалізувати увагу на трьох принципах: автентичності (чесній та відкритій позиції, що демонструє прозорість намірів та відповідальність перед донорами), когерентність (відповідність слів, дій та візуального контенту), рефлексія (вміння адаптувати комунікаційні стратегії відповідно до зворотного зв'язку аудиторії на основі аналізу їх реакції).

Ефективна фандрайзингова діяльність у сфері стартапів включає такі *hard skills*, як фінансова грамотність, стратегічне

планування, знання технологій, проте в умовах цифрового середовища, вони уже не гарантують успіху, на противагу *soft skills*. «М'які навички» відіграють ключову роль та забезпечують результативність комунікації і взаєморозуміння. У цифровому фандрайзингу найактуальнішими, наразі, є: емоційний інтелект (EQ), комунікативна гнучкість, цифровий етикет та грамотність, критичне мислення, міжкультурна компетентність тощо. Остання, зокрема, – *must have* для стартапів, що виходять на глобальні платформи, розуміння культурних кодів і комунікативних особливостей різних країн. Для підвищення рівня грамотності з цифрового фандрайзингу, доцільно та актуально інтегрувати у бізнес-освіту навчання цим навичкам, наприклад, проведення тренінгів з цифрової комунікації, курсів з етичного нетворкінгу, симуляцій онлайн-пітчів, воркшопів з командної взаємодії у віртуальних середовищах.

Цифрові комунікації, попри свої переваги, несуть і суттєві ризики: маніпуляції інформацією, втрата автентичності, міжкультурні непорозуміння, комунікаційне вигорання тощо.

Таким чином, в умовах діджиталізації, бізнес-етика та ділові комунікації перетворюються на ключову складову успішної фандрайзингової діяльності. Етична основа комунікацій визначає, наскільки стартап-підприємець зможе побудувати довіру, зберегти репутацію, утримати партнерів у довгостроковій перспективі та уникати деструктивних комунікативних стратегій. Розвиток цифрової етики та *soft skills* стає не «додатком» до *hard skills*, а головним супроводженням сталого бізнесу в умовах гібридної комунікації. Збалансування та поєднання професійної компетентності, етичної зрілості та комунікативної майстерності допоможе майбутнім підприємцям не просто акумулювати кошти та інші ресурси, а створювати базовий фундамент для успішної діяльності – довіру – найціннішу перевагу сучасного цифрового світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Квачевська О. О. Етичні аспекти фандрайзингу: проблеми та перспективи. *Перспективи. соціально-політичний журнал*, 2024. № 3. С. 191–198. URL: http://perspektyvy.pdpu.od.ua/3_2024/25.pdf.
2. Компанієць В. В., Крацер В. В. Актуальні проблеми цифрової етики бізнесу. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2021. № 74. С. 150–166. URL: https://www.researchgate.net/publication/371468138_AKTUALNI_PROBLEMI_CIFROVOI_ETIKI_BIZNESU.

3. Соколова А. М., Соколов О. С., Маслак Т. А., Гасій О. В., Сидоренко-Мельник Г. М. Сутність та роль фандрайзингу в сучасних реаліях України. *Наукові перспективи*. 2024. № 12 (54). С. 883–897. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/14545/1/%d0%a4%d0%b0%d0%bd%d0%b4%d1%80%d0%b0%d0%b9%d0%b7%d0%b8%d0%bd%d0%b3.pdf>.

ІНТЕГРОВАНІ СТРАТЕГІЇ ПРОАКТИВНОГО КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

І. Ф. Суржиков, здобувач ступеня доктор філософії зі спеціальності Менеджмент, ОНП «Менеджмент»
Полтавський університет економіки і торгівлі

Інтегровані стратегії проактивного кризового менеджменту формуються на основі результатів діагностики та передбачають гармонійне поєднання різних напрямів управління, що забезпечують системний захист підприємства від кризових загроз.

Основні складові інтегрованої стратегії [1]:

1. Фінансова стратегія. Фінансова стійкість є фундаментом для функціонування підприємства у кризових умовах. Вона передбачає:

- створення резервного фонду (наприклад, відрахування певного відсотка від прибутку щокварталу), який забезпечить мінімальну платоспроможність у разі раптових втрат доходів;
- диверсифікацію джерел фінансування, що дозволяє уникнути залежності від одного кредитора чи інвестора;
- страхування ключових активів (будівель, обладнання, IT-інфраструктури), що знижує фінансові втрати у разі надзвичайних ситуацій;
- систему фінансового моніторингу – регулярний аналіз cash-flow, показників ліквідності та кредитного навантаження з використанням ВІ-систем.

Очікуваний результат – підприємство зберігає платоспроможність навіть у кризових умовах і може фінансувати ключові напрями діяльності.

2. Кадрова стратегія. Людський капітал є вирішальним фактором у кризових ситуаціях. Кадрова стратегія включає:

- створення кризового комітету з представників ключових підрозділів, які мають право приймати оперативні рішення;