



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

X Міжнародної молодіжної
науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)



**Полтава
2025**

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

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

(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2025**

УДК 001:378-053.6(082)

НЗ4

Друкується відповідно до Наказу по університету № 180-Н від 10 вересня 2024 року.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

Організаційний комітет конференції

Н. С. Педченко, голова 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;

Т. П. Гудзь, д-р екон. наук, професор, директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації ПУЕТ;

Ю. В. Перегуда, директор Міжнародного науково-освітнього центру;

А. С. Каченко, канд. техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання 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
НЗ4 Х Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листопада 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. – 1127 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-478-9

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 та курортна справа», «Економіка», «Комп'ютерні науки», «Маркетинг», «Менеджмент», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і оподаткування», «Освітні, педагогічні науки», «Особистий розвиток і лідерство», «Патріотичне виховання в сучасному педагогічному процесі як складова національної безпеки незалежної України», «Підприємництво та торгівля», «Право», «Публічне управління та адміністрування», «Туризм і 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 978-966-184-478-9

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025

4. Стратегічні орієнтири поглиблення торговельно-економічних відносин України з країнами Європейського союзу в умовах угоди про асоціацію [Електронний ресурс]. URL: https://fru.ua/images/doc/analytics/2021/NDR_Ukr-EU.pdf (дата звернення: 03.11.2024).
5. Шнирков О., Філіпенко А., Поліщук Л. Зовнішньоторговельні відносини України в умовах російсько-української війни [Електронний ресурс]. URL: http://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/102_2024.pdfbank.gov.ua/files/ES/EU_q.pdf (дата звернення: 03.11.2024).

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ДОМІНІК КО»)

В. В. Моршна, *магістр спеціальності Міжнародні економічні відносини», група МЕВ м 21*

В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах воєнного стану в Україні підприємства стикаються зі значними викликами, пов'язаними зі зниженням платоспроможності населення, руйнуванням логістичних ланцюгів, обмеженням доступу до сировини та скороченням експортних можливостей. Водночас такі умови стимулюють бізнес адаптуватися до нових реалій, розробляючи стратегії, які дозволяють не лише зберегти позиції на ринку, а й зміцнити конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Питання формування конкурентної стратегії набуває особливого значення, про що свідчить активність науковців та економістів у його дослідженні. Так, Чубук Л., Нестеренко О. визначають стратегічні аспекти релокації підприємств в умовах конкурентних та воєнних викликів [4]; Педченко Н. С. та ін. акцентують на важливості державної підтримки у побудові конкурентної стратегії відновлення підприємництва України у післявоєнний період [3]. Оводов Д. А., Бондаренко В. М. зазначають, що для українських підприємств постає необхідність не лише адаптуватися до динамічних змін у бізнес-середовищі країни, але й ініціювати розробку стратегій розвитку з огляду на довготермінову перспективу [2].

Побудова ефективної конкурентної стратегії в умовах війни є важливим завданням для вітчизняних виробників, зокрема

середніх підприємств, таких як ТОВ «Домінік Ко», що працює у Полтавській області. Діяльність компанії розгортається у сегменті кондитерської продукції, де конкуренція з провідними гравцями, такими як Roshen, АВК та Світоч, є досить інтенсивною. У цьому контексті актуальним є дослідження механізмів адаптації підприємства до складних умов воєнного часу, розробка інноваційних підходів до позиціонування на ринку та пошук нових конкурентних переваг.

Аналіз частки ринку підприємства та його позиціонування серед конкурентів є важливим для побудови конкурентної стратегії та розуміння, наскільки ефективно компанія працює в галузі (рис. 1).

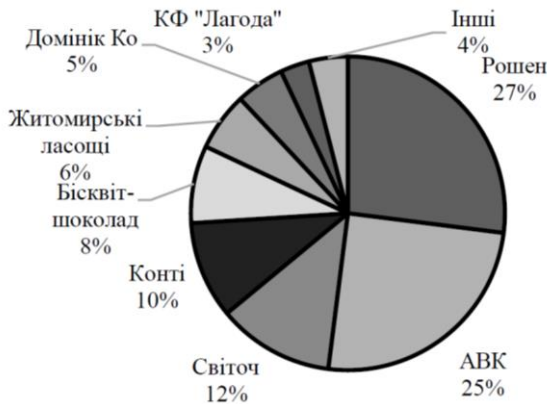


Рисунок 1 – Частка ринку ТОВ «Домінік Ко» та його позиціонування серед конкурентів у 2023 році, %

Джерело: складено на основі [1].

Аналізуючи конкурентів ТОВ «Домінік Ко» на ринку, можна зробити кілька ключових висновків на основі представлених даних: лідерами ринку є «Рошен» і «АВК», з частками 27 % і 25 % відповідно. Вони контролюють майже половину ринку, що робить їх основними конкурентами для ТОВ «Домінік Ко». Для того щоб конкурувати з такими великими гравцями, ТОВ «Домінік Ко» потрібно орієнтуватися на нішеві стратегії, підвищувати якість продуктів або займатися активним маркетингом. Середні гравці ринку – це «Світоч» (12 %), «Конті» (10 %) і «Бісквіт-шоколад» (8 %). Ці підприємства займають досить впливові

позиції та показують стабільну присутність на ринку та сформовану базу споживачів.

ТОВ «Домінік Ко» займає лише 5 % ринку, що є значно меншою часткою у порівнянні з конкурентами. Щоб збільшити свою частку ринку, компанії необхідно вдосконалювати свої конкурентні переваги.

Конкурентна стратегія для ТОВ «Домінік» у Полтавській області в умовах війни в Україні повинна базуватися на диференціації продукції, локалізації сировини, адаптації до умов кризи та посиленні бренду. Підприємству слід зробити акцент на створенні унікального асортименту, який підкреслюватиме автентичність української продукції та використовуватиме локальні інгредієнти. Це дозволить скоротити витрати на логістику й підтримати місцевих виробників. Для залучення нової аудиторії доцільно запровадити лінійку продукції з натуральними складниками, яка орієнтуватиметься на тренди здорового харчування. Особливу увагу слід приділити вдосконаленню дистрибуції, розширивши присутність у регіональних мережах Полтавської області та сусідніх областях. Умови війни диктують необхідність посиленої роботи в онлайн-просторі, тому доцільно активізувати продажі через інтернет-магазин, маркетплейси та соціальні мережі.

Крім того, слід зосередитися на формуванні позитивного іміджу бренду через благодійну діяльність, спрямовану на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни. Це не лише підвищить лояльність клієнтів, але й зміцнить позиції компанії на ринку. Інвестиції в маркетингові кампанії, які наголошують на патріотичних цінностях і високій якості продукції, допоможуть ефективніше конкурувати з великими гравцями, такими як Roshen, АВК і Світоч.

Підсумовуючи, зазначимо, що проблема побудови конкурентної стратегії підприємства в умовах війни є важливою як з практичного, так і з наукового погляду, оскільки розкриває шляхи подолання кризових явищ у бізнес-середовищі України, забезпечуючи збереження економічної стійкості та підтримку національного виробництва. Вивчення досвіду ТОВ «Домінік Ко» дозволить розробити дієві рекомендації щодо формування конкурентної стратегії, яка враховує специфіку ринку, обмеження війни та потреби споживачів.

Список використаних джерел

1. Звіт про управління ТОВ «Домінік Ко» 2023. URL: https://dominik.ua/wp-content/uploads/2024/04/zvit_pro_upravlinnya_za_2023_year.pdf (дата звернення: 01.04.2024).
2. Оводов Д. А., Бондаренко В. М. Стратегія розвитку підприємств в умовах війни.
3. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Яріш О. В., Сокіл А. А., Муха М. Ю. Державна підтримка відновлення малого підприємництва в Україні у післявоєнний період: галузевий аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2023. № 57. С. 37–47.
4. Чубук Л., Нестеренко О. Стратегічні аспекти релокації підприємств в умовах конкурентних та воєнних викликів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2024. № 1 (224). С. 130–138.

ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ І АДАПТАЦІЇ УКРАЇНЦІВ У ЄВРОПІ

К. Погорєлова, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11

Л. С. Франко, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Полтавський університет економіки й торгівлі

Міжкультурна адаптація – це складний процес адаптації людини до нових культурних і соціальних умов, який стає особливо актуальним у період активної міграції населення. Переїзд до іншої країни часто супроводжується необхідністю пристосуватися до нових норм і цінностей, а також здатністю інтегруватися в нове суспільство, зберігаючи свою власну ідентичність. Однак цей процес може бути емоційно виснажливим та вимагати великих зусиль як з боку новоприбулих, так і з боку приймаючої спільноти.

Одним із прикладів міжкультурної адаптації є досвід переміщених осіб з України, які, починаючи з 2022 року, переїхали до країн Європи через воєнні дії. Цей випадок демонструє, як люди змушені пристосовуватися до нових культурних умов під впливом зовнішніх факторів, часто без підготовки та підтримки, на якій вони могли б спиратися у звичному середовищі.

Процес міжкультурної адаптації зазвичай проходить у кілька етапів, кожен з яких супроводжується різними емоційними станами та викликами. Перший етап, або «туристична фаза», харак-

Цимбалюк А. С.

Управління ресурсами як етап розбудови внутрішньої системи забезпечення якості надання освітніх послуг 488

Чабаненко О. С.

Інтеграція принципів Well-being менеджменту в систему управління людським капіталом як фактор підвищення продуктивності праці 490

Шимановська В. Л., Луценко Р. В.

Управління талантами як напрям розвитку креативного потенціалу підприємства 493

Шмиголь Д. О., Гусаковська Т. О.

Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю на ринку медичних послуг 496

Штефан В. Г.

Актуальні питання планування діяльності суб'єктів господарювання в рамках розробки стратегій розвитку територіальних громад 499

Ярошенко В. О., Тернова І. А.

Вплив управління соціально-психологічним кліматом на ефективність трудового колективу 501

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бабаян К. А., Єжелей Ю. О.

Економіка в цифрову еру: перспективи та трансформації в Україні 505

Бабаян К. А., Франко Л. С.

Роль невербальних комунікацій у сучасному світі 508

Бакум А. А., Стрілець В. Ю.

Масштаби та основні напрямки діяльності ТНК (на прикладі компанії «McDonald's Corporation») 510

Bender Kateryna, Sarolta Bernat,

Orosz Krisztina, Flehantova Anna

Economic globalisation as a driving force for the development of companies in the global market 513

Берегова А. В. Конкурентоспроможність аграрної продукції: основні риси та особливості	515
Боденчук Я. О., Іжевський П. Г. Розвиток форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації	518
Браженко А. В., Флегантова А. Л. Економічна циклічність та коливання показників на глобальному ринку	520
Вітова Б. О. Дипломатія між Україною і США в контексті військової допомоги та ППІ.....	523
Вітова Б. О., Стратійчук В. М. Правила походження товару та їх роль у формуванні експортної стратегії для українських виробників	526
Вішнякова О. Деякі підходи у просуванні послуг через Інтернет	529
Галкіна В. О., Яцюк І. М. Світове господарство та особливості його розвитку	532
Гончаренко Д. Р., Зайцева А. С. Застій німецької економіки як однієї з провідних у Європі у 2024 році.....	534
Завальнюк Т. М., Яцюк І. М. Міжнародна торгівля як провідна форма міжнародних економічних відносин.....	537
Засць Д. С. Вплив трудової міграції на світовий ринок праці	539
Zaika A. V., Flehantova Anna Analysis of the economic cyclicity of the United States of America	542

Івахно У. В., Флегантова А. Л. Використання онкольних кредитів та маржинальних рахунків.....	544
Івахно У. В., Франко Л. С. Гендерний аспект у міжкультурній комунікації.....	547
Kalya A., Kairkenova M. T., Franko L. Crowdfunding as a tool for supporting entrepreneurship: analysis of successful practices in Ukraine and international experiences	549
Ковальчук К. М., Флегантова А. Л. Вплив економічних і технологічних факторів на конкурентоспроможність автомобільних компаній.....	552
Козлов І. В., Франко Л. С. Особливості використання гумору у мультикультурному середовищі	556
Луцкова А. І., Яцюк І. М. Проблеми міжнародної міграції робочої сили.....	558
Місан А. Р., Франко Л. С. Оцінка зовнішньоторговельних відносин України з країнами ЄС.....	561
Моршина В. В., Стрілець В. Ю. Формування конкурентної стратегії вітчизняних підприємств в умовах війни (за матеріалами ТОВ «Домінік Ко»)	564
Погорєлова К., Франко Л. С. Проблеми міжкультурної комунікації і адаптації українців у Європі.....	567
Sychuk D. L., Flehantova A. Analysis of the economic cyclicity of Greece, Singapore and south Korea.....	569
Сокіл А. А., Гета Ю. В. Інтернет-речей: нові горизонти для оптимізації бізнес-процесів підприємств	572

Станіславчук В. О., Яцюк І. М. Міжнародна міграція робочої сили.....	575
Хоменко А. В., Франко Л. С. Мовний бар'єр, як чинник, що ускладнює міжкультурну адаптацію	577
Штифурко І. Г. Міжнародна міграція робочої сили.....	580
Ярощук В. О., Пухальський В. В. Застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в державному секторі України	582

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Бабіч В. Є., Остапенко Р. М. Облік та оподаткування неприбуткових організацій	586
Волошенко Є. В., Федорченко О. Є. Особливості оподаткування інших необоротних матеріальних активів	589
Домбріч К. М., Чабанюк О. М. Характеристика балансу та звіту про фінансові результати ТОВ «Квазар»	592
Заєць Д. С. Фінансова звітність: основи, методологія та вимоги	594
Коломієць А. В., Федорченко О. Є. Актуальні проблеми визначення податку на прибуток підприємства.....	596
Кулага Р. О. Оподаткування доходів підприємств, що перебувають на 3-й групі спрощеної системи оподаткування в контексті змін 2024	599
Лобанова П. М., Федорченко О. Є. Особливості формування податкового кредиту з ПДВ під час придбання виробничих запасів.....	601