

**Міжнародна науково-
практична конференція**

.....
**International scientific
and practical conference**



15 лютого 2026 р.
м. Житомир, Україна
.....
February 15, 2026
Zhytomyr, Ukraine

**Сучасні дослідження
в науці, освіті та практиці**

.....
**Contemporary research
in science, education,
and practice**





Міжнародна
науково-практична
конференція

**Сучасні
дослідження в науці,
освіті та практиці**

Матеріали

15 лютого 2026 р.

м. Житомир, Україна



International
scientific and practical
conference

**Contemporary
research in science,
education, and practice**

Proceedings

February 15, 2026

Zhytomyr, Ukraine

Сучасні дослідження в науці, освіті та практиці : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Міжнародний гуманітарний дослідницький центр (м. Житомир, 15 лютого 2026 р.). Research Europe, 2026. 190 с.

До збірника ввійшли матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні дослідження в науці, освіті та практиці”, яка відбулася 15 лютого 2026 року. Збірник розрахований на науковців, освітян, студентів, державних службовців, представників бізнесу та широку громадськість.

Робочі мови конференції: українська та англійська.

Матеріали конференції опубліковані мовою оригіналу та в обсязі, наданому авторами. Збірник відформатовано та підготовлено до публікації в уніфікованому стилі без змін змісту окремих тез доповідей. Автори несуть повну відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, статистичних даних, галузевої термінології та іншої інформації, поданої в їхніх матеріалах.



Відповідно до Закону України “Про авторське право і суміжні права”, при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов’язковим.

**Research
Europe.org**

IHRC INTERNATIONAL
HUMANITARIAN
RESEARCH CENTER

© Міжнародний гуманітарний
дослідницький центр, 2026
© Research Europe, 2026

DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc260215>

Contemporary research in science, education, and practice : proceedings of the International scientific and practical conference / International Humanitarian Research Center (Zhytomyr, 2026, February 15). Research Europe, 2026. 190 p.

The collection includes the proceedings of the International scientific and practical conference “Contemporary research in science, education, and practice”, which took place on 15 February 2026. This collection is intended for scientists, educators, students, government officials, business representatives, and the general public.

Working languages of the conference: Ukrainian and English.

The conference proceedings are published in the original language and as submitted by the authors. The collection has been formatted and prepared for publication in a unified style, without altering the content of individual contributions. The authors are fully responsible for the accuracy of the facts, proper names, quotations, statistical data, industry terminology, and other information presented in their materials.



According to the Ukrainian Law on Copyright and Related Rights, proper citation of the authors is required when using any scientific ideas or materials from this collection.

**Research
Europe.org**

IHRC INTERNATIONAL
HUMANITARIAN
RESEARCH CENTER

© International Humanitarian
Research Center, 2026
© Research Europe, 2026

Official website: researcheurope.org

ЗМІСТ

.....

TABLE OF CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ

.....

SECTION 1. THEORY AND TEACHING METHODS

Жалко Т. Й.

Розвиток комунікативних умінь інтерпретації
особистості митця крізь призму його життєпису. 11

СЕКЦІЯ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИКИ В ОСВІТІ

.....

SECTION 2. INFORMATION TECHNOLOGIES AND INNOVATIVE METHODS IN EDUCATION

**Вергун А. Р., Гаврилюк І. М.,
Мацяк Ю. М., Драгочинська Л. Ф.**

Політика використання штучного інтелекту та протидія плагіату
в контексті імплементації академічної доброчесності. 16

Шимко Х. В.

Вплив цифрових освітніх технологій на
формування емоційної стійкості дітей. 19

СЕКЦІЯ 3. ДОШКІЛЬНА ОСВІТА

.....

SECTION 3. PRESCHOOL EDUCATION

Білан В. А.

Професійно-етичні засади діяльності вихователя
в контексті партнерства з дітьми та батьками. 22

СЕКЦІЯ 4. ШКІЛЬНА ОСВІТА

.....

SECTION 4. SCHOOL EDUCATION

Васько О. О., Борисенко Д. С.

Рефлексивна діяльність як засіб розвитку
емоційного інтелекту здобувачів початкової освіти. 26

СЕКЦІЯ 5. ВИЩА ОСВІТА

.....

SECTION 5. HIGHER EDUCATION

Harbuza, T. V.

Contemporary approaches to assessing foreign
language competence of higher education students. 31

Зінченко Н. О., Штепа О. О., Каюн В. О.

Філософія освіти в контексті глобальних викликів
сучасності: аксіологічний та методологічний виміри. 34

Ivanchuk, A.

Experimental study of the efficiency of using the
system of learning problems in machine science. 38

Ковальчук Т. Ю., Дубасенюк О. А.

Дослідження особливостей розвитку творчого потенціалу
майбутніх медичних сестер у процесі професійної підготовки. 43

Мостипан О. В., Правдива Л. А., Вахній С. П.

Застосування європейських інструментів забезпечення
якості освіти в українських реаліях. 47

Radchenko, Yu. P.

The use of artificial intelligence for developing foreign
language competence in higher education institutions. 49

Самусь Т. В.

Інтеграція теорії та практики: виклики та
перспективи практико-орієнтованого навчання у ЗВО. 53

Семенова А. В., Маракушев І. О.

Важливість розвитку критичного мислення майбутніх
правознавців в Україні в процесі професійної підготовки. 57

Сергєєва М. М.

Складові феномену "резилієнтність". 60

Середіна І.

Новітні підходи до формування підприємницької
компетентності майбутніх педагогів професійного навчання. 62

Ткаченко Н. Б.

Стратегічний вектор професіоналізації публічних
закупівель: синергія академічної підготовки та
інноваційних технологій освіти дорослих. 65

Chernyshenko, O., Sukhanova, T., Krysenko, T.

A communicative approach to teaching foreign languages
in mixed-ability groups under limited instructional time. 67

СЕКЦІЯ 6. ТОЧНІ ТА ПРИРОДНИЧІ НАУКИ

.....

SECTION 6. EXACT AND NATURAL SCIENCES

Чорноморець О. О.

Вплив застосування біопрепаратів та норм
мінеральних добрив на фотосинтетичний потенціал
сортів пшениці озимої в умовах Лісостепу України. 71

СЕКЦІЯ 7. СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

.....

SECTION 7. SOCIAL AND HUMANITARIAN SCIENCES

Безсмертна Л. Л.

Питання відповідальності / вини суспільства
у політико-філософській концепції Х. Арендт. 75

Бельська Н. А.

Естетична чутливість та її зв'язок з емоційно-ціннісною
спрямованістю ліцеїстів, членів Малої академії наук України. 79

Будзар П. С.

Щодо господарсько-правових механізмів регулювання
конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. 82

Євлампієв А. С.

Доктринальні підходи США/НАТО до спеціальних інформаційних
операцій (CIO): уроки для правової архітектури в Україні. 85

Клапчук В. М., Германюк Н. В.

Сучасний стан та перспективи використання
лікарських рослин в курортних закладах України. 89

Лапченко І. О.

Толерантність до невизначеності як
складова життєстійкості особистості. 93

Овчар А. І.

Ціннісно смислова свідомість як фактор професійної
самореалізації студентів медичних спеціальностей. 96

Пащенко О. В.

Обґрунтування ключових ризикогенних чинників
реалізації механізмів публічно-приватного
партнерства в освітній сфері України. 99

Платонова О. Г.

Використання методів арттерапії у роботі з
дітьми з особливими освітніми потребами. 102

Пришляк Л. В.

Прагматичні маркери фактуальності в
англомовному дискурсі новин: атрибуція джерела. 105

Фальковський Д. О.

Межа між документальним фільмом та відеоблогом. 109

Шпакович С. Р.

Елементи криміналістичної характеристики виправдовування,
визнання правомірною, заперечення збройної агресії Російської
Федерації проти України, глорифікації її учасників. 111

СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА ТА ТЕХНОЛОГІЇ

.

SECTION 8. ECONOMICS AND TECHNOLOGY

Бафян Г. М.

Інформаційні технології та їх практичне застосування
у секторі безпеки і оборони України. 114

Вовчак О. Д., Мельник О. Р.

Регуляторні вимоги до реклами роздрібних кредитів
як фактор конкурентоспроможності банків України. 118

Гофман О. Р.

Щодо стимулів як чинників сучасної системи оподаткування. 121

Кобилінський О. Ю.

Оптимізація процесів постачання та
збуту за допомогою логістичних систем. 124

Красенець М. В.

Теоретичні концепції гібридної
війни та функціонування ботоферм. 128

Краснюк І. М.

Особливості менеджменту підприємств
індустрії безалкогольних напоїв в умовах кризи. 133

Кукель Г. С., Гучок В. А.

Маркетингове дослідження споживчого
попиту як підґрунтя диверсифікації послуг. 137

Морозова І. В.

Глобальна економіка як об'єкт дослідження. 141

Нагорнюк О. М., Ше В. В., Собчик В., Тарасенко Г. С.

Поняття добробуту та його соціальний розподіл у сільських
територіальних громадах України в умовах воєнної агресії. 143

Омельченко С. В.

Кваліметрична модель оцінки якості тушкованих м'ясних консервів у
реторт-пакетах: алгоритм реалізації (на прикладі свинини та курятини). 148

Павлюк Р. В., Житковський В. В., Дворкін Л.

Вплив пластифікуючих добавок різних типів на міцність
пластифікованих цементів зі зниженим вмістом клінкеру. 152

Пастернак В. М.

Використання комплексу маркетингу
ПП "ВЕТБІО" в умовах сучасного ринку. 156

Попович П. О.

Щодо фідусіарної передачі права власності як майнового
непоіменованого засобу забезпечення зовнішньоекономічних контрактів. 159

Черниш Ю. О., Ляшенко Г. Т.

Системи виявлення вторгнень на базі хоста як елемент
комплексного захисту інформаційно-комунікаційних систем. 162

Шкроміда Н. Я., Ребрик Н. І.

Методичні підходи обліково-аналітичного забезпечення
управління витратами виробничого підприємства. 164

Ярова Б. М., Яровий Р. А.

Стан та перспективи інвестування у хімічну
промисловість України у період воєнного стану. 169

СЕКЦІЯ 9. ІНОЗЕМНІ МОВИ

.

SECTION 9. FOREIGN LANGUAGES

Vakulenko, A.

Partially guided discussion in foreign language teaching. 172

Мовчан М. Г.

Проблеми перекладу технологічних ірреалій
у сучасній англійській апокаліптичній прозі. 174

Nazarenko, O. I., Nesterenko, O. Ye.

Peculiarities of teaching English for specific purposes. 177

Слинько А. В.

Теоретичні засади вивчення концептів у проекції на переклад. 179

СЕКЦІЯ 10. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ

.

SECTION 10. PHYSICAL CULTURE AND SPORT

Мотузенко Т. Є., Липчанська Л. М., Савченко В. В., Махно В. В.

Здоров'я студентів як фактор національної безпеки. 182

Самохвалова І. Ю.

Спортивні ігри як засіб удосконалення професійно-прикладної
фізичної підготовки студентів аграрних спеціальностей. 187

3. Nevmerzhytska, N. Buhas (2022). Opportunities, threats and risks of implementation the innovative business management technologies in the post-pandemic period COVID-19. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. Volume 19., pp. 1215–1229.

4. Tsalko T. R., Nevmerzhytska S.M. (2023) Risk assessment in innovative activity. *Actual problems in economics, finance and management: materials of the International Scientific and Practical Conference*. East European Center for Scientific Research (Odesa, 25 october 2023). Research Europe, 2023. pp. 92-94 <https://researcheurope.org/product/book-31> [in Ukrainian].

5. Naumenko, M. (2024). Methodology of determining factors of activity efficiency and competitive position of the enterprise on the market in crisis conditions. *Scientific innovations and advanced technologies*, № 7(35) (2024). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7\(35\)-648-665](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35)-648-665) [in Ukrainian].

6. Maksym Naumenko (2024). Modern concepts of innovation management at enterprises. *Scientific innovations and advanced technologies*, No. 6(34) (2024). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6\(34\)-435-449](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6(34)-435-449).

7. Krasnyuk, M., Kulynych, Y., Tkalenko, A., & Krasniuk, S. (2021). Methodology of effective application of economic-mathematical modeling as the key component of the multi-crisis adaptive management. *Modern Economics*, 29, 100–106. [https://doi.org/10.31521/modecon.V29\(2021\)-16](https://doi.org/10.31521/modecon.V29(2021)-16).

Кукель Г. С.,

канд. екон. наук, доцент кафедри
менеджменту, маркетингу та економіки,
Вінницький національний технічний
університет, м. Вінниця

Гучок В. А.,

здобувач першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
Вінницький національний технічний
університет, м. Вінниця

УДК 339.137:339.138

DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc260215.14>



МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ ЯК ПІДҐРУНТЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ

Диверсифікація послуг є стратегічним напрямом розвитку підприємства, спрямованим на проникнення в нові сегменти ринку або розширення

асортименту послуг. Це дозволяє зменшити фінансові ризики та підвищити стійкість бізнесу. В умовах економічної нестабільності України диверсифікація перетворюється з інструменту зростання на важливий механізм для забезпечення виживання.

З точки зору маркетингу, диверсифікація орієнтована на створення нової цінності для споживачів, базуючись на ретельному аналізі їхніх потреб. Методологічно оцінка доцільності базується на поєднанні портфельного аналізу (Матриця БКГ) та матриці І. Ансоффа. Згідно з Ансоффом, диверсифікація є найризикованішою стратегією, оскільки передбачає роботу з новими продуктами на нових ринках [1]. Тому проведення ґрунтовного маркетингового дослідження перед початком її реалізації є обов'язковою умовою.

Методологічні підходи до розвитку нових послуг:

Синергетичний підхід передбачає оцінку того, наскільки нова послуга здатна посилити вже існуючі напрями діяльності компанії. Це принцип, де загальна ефективність перевищує суму окремих елементів (коли $2+2$ дорівнює 5). Впровадження новинок має створювати додану цінність для бізнесу та клієнтів [2].

Маркетинговий підхід базується на концепції 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) та аналізі життєвого циклу послуги. Розуміння етапів розвитку послуги дає змогу ефективніше планувати її впровадження, оптимізацію та утримання на ринку [3].

Ресурсно-орієнтований підхід (Resource-Based View, RBV) зосереджений на аналізі внутрішніх компетенцій підприємства. Його мета – визначити, чи володіє компанія унікальними ресурсами, які забезпечать успішний запуск і конкурентну перевагу нового напрямку [4].

Кожен із цих підходів дає можливість оцінити перспективи інновацій у портфелі послуг та розробити стратегію їхнього просування, враховуючи сильні сторони компанії та запити ринку.

Визначення мети та завдань дослідження споживчого попиту є ключовим етапом у формуванні стратегії розвитку бізнесу та впровадженні нових рішень для клієнтів. Головна мета дослідження полягає у розкритті незадоволених потреб серед наявної та потенційної аудиторії, що стане основою для створення концепції нової послуги, здатної задовольнити очікування ринку.

Дослідження маркетингового потенціалу інновацій – це комплексне оцінювання концепції нового продукту, його споживчої цінності та оптимальних характеристик. Воно охоплює аналіз конкурентного середовища, вибір ефективних каналів збуту та стратегій просування на основі фахових методичних підходів [5].

Основними завданнями в рамках дослідження є:

- Проведення детального аналізу поточної структури споживання існуючих послуг компанії, що допоможе виявити слабкі місця та можливості для вдосконалення.

- Визначення ключових чинників, які впливають на рішення клієнтів щодо вибору постачальника послуг. Особливу увагу варто приділити таким аспектам, як цінова політика, швидкість надання послуг і якість сервісу.

- Тестування концепту нової послуги серед цільової аудиторії для отримання зворотного зв'язку та корекції ідеї відповідно до потреб ринку.

Для досягнення цієї мети важливо відповісти на декілька пошукових питань:

1. Які проблеми клієнтів залишаються невирішеними після отримання основної послуги? Це допоможе зрозуміти, де закладена найбільша потреба у додатковій пропозиції.

2. Яку суму споживач готовий виділити за комплексне обслуговування, включаючи пакетну послугу? Відповідь на це питання дозволить більш точно сформулювати цінову стратегію.

3. Якими каналами комунікації найефективніше доносити інформацію про новинку? Вибір правильної платформи сприяє підвищенню впізнаваності та успіху нового продукту.

Дослідження стане ключем до розуміння потреб клієнтів, сприяючи побудові довготривалих взаємин з ними та створенню конкурентоспроможного продукту.

Для збору даних використовується комбінований підхід, що дозволяє здійснити комплексний аналіз і отримати максимально якісну інформацію для ухвалення рішень.

Перший етап – кабінетне дослідження. До нього входить ретельний аналіз внутрішньої статистики продажів, доступної в CRM-системі, а також вивчення галузевих звітів, зокрема даних Держстату України. Цей підхід допомагає побудувати базове розуміння ситуації та визначити ключові тренди.

Другий етап – польове дослідження, яке полягає в організації анкетування. Це дозволяє зібрати реальні відгуки та оцінки безпосередньо від клієнтів та потенційних споживачів.

Щоб забезпечити точність і репрезентативність даних, були визначені наступні параметри збору:

- Генеральна сукупність: до дослідження залучаються як наявні клієнти компанії, так і потенційні споживачі в регіоні, де діє підприємство.

- Метод вибірки: використовується стратифікована випадкова вибірка. Це дозволяє враховувати різноманіття груп респондентів, а кількість опитаних складає 130 осіб.

- Канали збору даних: основний фокус зроблено на онлайн-анкети через Google Forms, а для більш детальних відповідей використовуються особисті інтерв'ю в точках обслуговування.

Такий підхід дозволяє поєднати зручність цифрових інструментів із глибиною особистого спілкування, що забезпечує високу якість отриманої інформації.

Аналіз отриманих даних надає цінну інформацію для стратегічного вдосконалення послуг та розширення бізнес-можливостей. Ось декілька важливих висновків, які заслуговують на увагу:

Перш за все, 65% опитаних клієнтів з високою впевненістю заявляють про потребу в комплексному обслуговуванні за принципом "єдиного вікна". Це чітко демонструє тенденцію до спрощення процесів, коли замовники прагнуть отримати всі необхідні послуги в одному місці, економлячи час і ресурси. Для компаній це сигнал переорієнтувати надання сервісів так, щоб створити максимально зручний досвід для споживачів.

Другий висновок показує, що ключовими критеріями вибору нових послуг стали надійність та швидкість їх виконання, на що вказали 72% респондентів. Ціна поступово втрачає свій вплив як головний фактор конкуренції. Це підкреслює важливість інвестицій в якісну організацію процесів, а також впровадження технологій, які прискорюють виконання запитів клієнтів без втрати якості.

Нарешті, дослідження виявило найвищий потенціал попиту у суміжному сегменті, а саме в сфері повного супроводу угод. Це відкриває чудові можливості для розширення пропозицій, орієнтованих на задоволення глибоких потреб клієнтів, які бажають отримати підтримку на кожному етапі взаємодії.

Загалом, ці інсайти допомагають чіткіше окреслити напрямки розвитку і пристосувати стратегію компанії до реальних вимог споживачів. Інтеграція принципу "єдиного вікна", акцент на швидкості та якісному обслуговуванні, а також розвиток суміжних послуг стануть запорукою довгострокового успіху на конкурентному ринку.

На основі результатів дослідження пропонується впровадження диверсифікованого пакету послуг, диференційованого за двома цільовими сегментами:

1. Пропозиція для кінцевих споживачів (B2C):

Сервіс формату "повний супровід", що передбачає перевірку об'єктів, юридичний менеджмент угод, систему "єдиної точки контакту" та доступ до ексклюзивних ринкових пропозицій. Цінова політика базується на фіксованій вартості, що забезпечує прозорість розрахунків для клієнта.

2. Пропозиція для промислових замовників (B2B):

Послуга, орієнтована на фіналізацію угод та приведення верифікованих клієнтів. Пропозиція включає інтеграцію з CRM-системами замовників, допродажне обслуговування та PR-підтримку через корпоративні медіа-ресурси. Модель оплати – комісійна (від 5% до 12% від валового прибутку угоди залежно від сегмента), що мінімізує ризики для замовника.

Маркетинговий мікс просування:

Стратегія просування базується на поєднанні інструментів Inbound-маркетингу (SEO, контент у соціальних мережах, зокрема TikTok, співпраця з

інфлюенсерами) та Direct-маркетингу (email-розсилки, особисті продажі для B2B). Окремий акцент зроблено на участі у профільних конференціях та публікаціях у спеціалізованих ЗМІ.

Для забезпечення операційної ефективності передбачено розширення штату за рахунок залучення менеджера продукту (координація процесів) та SMM-спеціаліста (розвиток відеоконтенту), що дозволить трансформувати бізнес-модель підприємства у повнофункціонального сервісного партнера.

Список використаних джерел

1. Зубко О., Добровольська О. Стратегічний менеджмент на підприємствах галузі рибництва як чинник їх конкурентоспроможності. *Економіка та суспільство*. 2021. вип 33. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-46>
2. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. М. П. Бутка. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 376 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Київ, 2018. 560 с.
4. Барні Дж. Ресурси підприємства та стійка конкурентна перевага. *Журнал менеджменту*. 1991. Т. 17, № 1. С. 99-120.
5. Окландер І. М. Класичний підхід до теорії маркетингових досліджень в період доцифрової економіки. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Т. 6. № 3. С. 65-79. DOI: 10.15276/mdt.6.3.2021.7

Морозова І. В.,

УДК 339.9

д-р екон. наук, професор,
професор кафедри "Економіка і фінанси",
Одеський національний морський
університет, м. Одеса



ГЛОБАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поняття "глобальна економіка" достатньо широко використовується в науковій та науково-методичній літературі. Дисципліна з такою назвою входить до переліку обов'язкових дисциплін в навчальних планах підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня у всіх провідних вищих навчальних закладів України. В той же час "пряме" визначення даного поняття в літературних джерелах майже не наводиться. Після констатації того факту, формування глобальної економіки – це основна особливість сучасних економічних процесів в світі, зазвичай переходять до розгляду саме процесу глобалізації та його