

Міністерство освіти і науки України



BOHDAN KHMELNYTSKY
NATIONAL
UNIVERSITY
OF CHERKASY



ТАВРІЙСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ
АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ДМИТРА МОТОРНОГО



РАДА
МОЛОДИХ
ВЧЕНИХ
ІБТ НААН



РАДА
МОЛОДИХ
УЧЕНИХ



ЗБІРНИК ТЕЗ

Міжнародної науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих вчених

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»

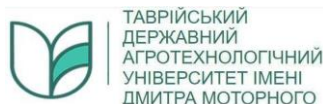
16 квітня 2026 року

м. Черкаси
2026

Ministry of Education and Science of Ukraine



**BOHDAN KHMELNYTSKY
NATIONAL
UNIVERSITY
OF CHERKASY**



**РАДА
МОЛОДИХ
УЧЕНИХ**



COLLECTION OF ABSTRACTS of the 2nd International Scientific and Practical Conference of Higher Education Students and Young Scientists

**“CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN
SCIENCE: CHALLENGES AND PROSPECTS”**

April 16, 2026

**Cherkasy
2026**

УДК 001.1(062)

A437

Організатори конференції:

- Рада молодих учених при МОН України
- Рада молодих учених Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
- Рада молодих учених Запорізького національного університету
- Наукове товариство студентів, аспірантів і докторантів ЗНУ
- Координаційна рада з наукової роботи студентів, молодих вчених, аспірантів та докторантів Запорізького державного медико-фармацевтичного університету
- Рада молодих учених Криворізького державного педагогічного університету
- Рада молодих учених Бердянського державного педагогічного університету
- Рада молодих учених Інституту біології тварин Національної академії аграрних наук України
- Рада молодих учених та здобувачів вищої освіти Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
- Рада молодих вчених Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького
- Uczelnia Jana Wyżykowskiego w Polkowicach (Polska)
- Uniwersytet Rzeszowski Wydział Biologii, Ochrony Przyrody i Zrównoważonego Rozwoju (Polska)
- University of Ljubljana (Republika Slovenija)
- SIU School of Journalism and Advertising (USA)

UDC 001.1(062)

A437

Conference organizers:

- Council of Young Scientists at the MESU
- Council of Young Scientists of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy
- Council of Young Scientists of Zaporizhzhia National University
- Scientific Society of Students, Postgraduates, and Doctoral Students of ZNU
- Coordinating Council for Scientific Work of Students, Young Scientists, Postgraduates, and Doctoral Students of Zaporizhzhia State Medical and Pharmaceutical University
- Council of Young Scientists of Kryvyi Rih State Pedagogical University
- Council of Young Scientists of Berdiansk State Pedagogical University
- Council of Young Scientists of the Institute of Animal Biology of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine
- Council of Young Scientists and Higher Education Students of Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University
- Council of Young Scientists of Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University
- Uczelnia Jana Wyżykowskiego w Polkowicach (Polska)
- Uniwersytet Rzeszowski Wydział Biologii, Ochrony Przyrody i Zrównoważonego Rozwoju (Polska)
- University of Ljubljana (Republika Slovenija)
- SIU School of Journalism and Advertising (USA)

Збірник укладено за результатами II Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Актуальні проблеми розвитку сучасної науки: виклики та перспективи», що проходила 16 квітня 2026 року.

Автори публікацій несуть відповідальність за достовірність фактичних даних, чіткість викладу тексту, цитування, а також мовно-стилістичний рівень написання матеріалів.

Збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених “Актуальні проблеми розвитку сучасної науки: виклики та перспективи”. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2026. 184 с.

Рекомендовано до друку Радою молодих учених ЧНУ імені Богдана Хмельницького (протокол № 15 від 27.04.2026 р.)

УДК 001.1(062)
А437

©Черкаський національний
університет імені Богдана Хмельницького, 2026
©Автори публікацій, 2026

This collection is based on the proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference of Higher Education Students and Young Scientists, “Current Issues in the Development of Modern Science: Challenges and Prospects”, held on April 16, 2026.

The authors of the publications are responsible for the accuracy of the facts, the clarity of the text, proper citation, and the linguistic and stylistic quality of the materials.

Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference of Higher Education Students and Young Scientists, “Current Issues in the Development of Modern Science: Challenges and Prospects”. Cherkasy: Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, 2026. 184 pp.

Recommended for publication by the Council of Young Scientists of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy (Minutes No. 15 of April 27, 2026).

UDC 001.1(062)
A437

© Bohdan Khmelnytsky
National University of Cherkasy, 2026
© Authors of the publications, 2026

**СЕКЦІЯ “МАРКЕТИНГ”
“MARKETING” SECTION**

Петришина Дар'я Анатоліївна, Сухорукова А. Л.

Стратегічна роль PR-комунікацій у забезпеченні фінансово-економічної результативності підприємств сфери послуг.....164

Herashchenko Inna

Tools for improving the effectiveness of marketing activities of agricultural enterprises.....166

**СЕКЦІЯ “ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ”
SECTION “PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS”**

Борзенков Сергій Сергійович

Сучасні оздоровчі фітнес-технології як засіб підвищення фізичної активності учнів у дистанційному форматі.....171

Самойленко Вадим Леонідович, Красуля Богдан Сергійович

Теоретико-методичні основи застосування високоінтенсивного інтервального тренування у підготовці дзюдоїстів-юніорів.....174

**СЕКЦІЯ “ ФАРМАЦІЯ, ПРОМИСЛОВА ФАРМАЦІЯ”
SECTION “PHARMACY, INDUSTRIAL PHARMACY”**

Aminov Ruslan

Effect of a water-salt extract of the medicinal leech *hirudo verbana* on hematological parameters in rats with thermal burn.....178

**СЕКЦІЯ “ФІЛОЛОГІЯ”
“PHILOLOGY” SECTION**

Єгоркіна Дар'я Миколаївна

Цифрова трансформація освітнього простору як чинник професійного становлення майбутнього фахівця.....182

контексті PR-комунікації виступають ключовим інструментом формування емоційного зв'язку між підприємством і клієнтом, що прямо впливає на його економічні результати.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання результатів для вдосконалення PR-стратегій підприємств сфери послуг, підвищення ефективності комунікаційної діяльності та забезпечення її орієнтації на досягнення фінансово-економічних цілей. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розроблення універсальних методик оцінювання ефективності PR-комунікацій та визначення їх впливу на фінансові показники підприємств у різних галузях.

Література

1. Goncharenko J. O. (2022). Evolution of approaches to PR activities in Ukrainian business: From image to economic result. *Academic Visions*, (8-9). Retrieved from <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/2066>
2. Gürel E. Public relations in service marketing. *Journal of international social research*. 2016. Vol. 9, no. 45. P. 803. URL: <https://doi.org/10.17719/jisr.20164520656> (дата звернення: 25.03.2026).
3. Inyang I. B., Etim G. S., James E. Public relations strategies and the marketing performance of financial service providers. *Quantitative economics and management studies*. 2022. Vol. 3, no. 2. P. 173–174. URL: <https://doi.org/10.35877/454ri.qems757> (дата звернення: 01.04.2026).
4. Poltorak A., Khrystenko O., Sukhorukova A., Moroz T., Sharin O. Development of an integrated Approach to assessing the impact of innovative development on the level of financial security of households. *Eastern-European of Enterprise Technologies*, 2022, 1 (13-115). P. 103-112. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.253062> (дата звернення: 27.03.2026).
5. Traino V. Customer experience management at enterprises in the service industry. *International scientific journal "internauka"*. Series: "Economic sciences". 2024. No. 1(81). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-1-9543> (дата звернення: 01.04.2026).

HERASHCHENKO I. M.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

TOOLS FOR IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF MARKETING ACTIVITIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

In modern conditions of the development of the agricultural sector, improving the effectiveness of marketing activities is one of the key factors in ensuring the competitiveness of enterprises, dynamic changes in the market environment, digitalization of the economy, increasing competition, and transformation of consumer behavior determine the need to improve marketing tools. Marketing activities of agricultural enterprises have specific features related to the seasonality of production, dependence on natural and climatic conditions, limited resources, and instability of the external environment.

Marketing in the agricultural sector involves not only the sale of products but also systematic demand management, the formation of competitive advantages, and the development of long-term relationships with consumers, the effectiveness of marketing activities is determined by the enterprise's ability to adapt to market changes, use modern promotion tools, and ensure that products meet consumer needs [1]. Key tools for improving the effectiveness of marketing activities include marketing research, pricing policy, distribution policy, communication tools, and branding, marketing research allows identifying consumer needs, analyzing the competitive environment, and making informed management decisions. Pricing policy ensures a balance between profitability and competitiveness, distribution policy focuses on selecting effective sales channels and optimizing logistics processes. Communication tools contribute to the formation of a positive image of the enterprise, while branding increases recognition and consumer trust [2-3].

In modern conditions, the use of digital marketing tools is of particular importance, digitalization of the agricultural sector contributes to expanding sales markets, reducing promotion costs, and improving communication efficiency. The use of social media, e-commerce platforms, CRM systems, and analytical tools enables enterprises to respond quickly to market changes and create personalized offers for consumers. At the same time, the effectiveness of marketing activities depends not only on the use of individual tools but also on their integrated application, agricultural enterprises should implement a strategic approach to marketing that combines internal resources, external factors, and marketing decisions.

An important aspect of evaluating marketing activities is the systematization of their advantages and risks [4].

Table 1

Advantages and Risks of Using Marketing Tools in the Agricultural Sector

Advantages	Risks	Advantages
Speed	Fake news and misinformation	Speed
Global reach	Information overload	Global reach
Interactivity	Decline in standards	Interactivity
Personalization	Filter bubbles	Personalization
Analytics	Dependence on algorithms	Analytics

As shown in Table 1, modern marketing tools have a dual nature: they increase the efficiency of enterprise activities while simultaneously creating new risks related to information reliability and communication quality. Therefore, it is important to develop a balanced approach to the use of marketing tools [5].

In order to improve the effectiveness of marketing activities of agricultural enterprises, it is important to identify the key directions that ensure sustainable development and competitiveness, these directions combine traditional marketing approaches with modern digital tools and customer-oriented strategies (Table 2).

Table 2

Key Directions for Improving Marketing Activities of Agricultural Enterprises

Direction	Description	Expected Effect	Direction
Digital marketing implementation	Use of social media, websites, and online promotion	Expansion of market reach	Digital marketing implementation
Market research improvement	Analysis of demand, competitors, and trends	Better decision-making	Market research improvement
Optimization of distribution channels	Development of logistics and sales channels	Increase in sales volumes	Optimization of distribution channels
Brand development	Formation of a positive image and reputation	Customer loyalty	Brand development
Customer orientation	Focus on consumer needs and preferences	Long-term relationships	Customer orientation

As shown in Table 2, improving marketing activities requires a comprehensive approach that integrates digital technologies, market analysis, effective distribution systems, and customer-oriented strategies, the implementation of these directions allows agricultural enterprises to strengthen their market positions and adapt to changing environmental conditions.

In addition, current trends in agricultural marketing are associated with the transition from traditional promotion methods to innovative approaches based on digital technologies, branding, and value creation, agricultural enterprises should not only produce goods but also create value for consumers through effective marketing policies. In addition, an important factor in improving the effectiveness of marketing activities is the implementation of customer-oriented approaches, modern agricultural enterprises should focus not only on production efficiency but also on creating value for the end consumer. This involves building long-term relationships, enhancing

customer experience, and adapting marketing strategies to changing consumer expectations. The increasing importance of sustainability and environmental responsibility also influences marketing decisions, consumers are paying more attention to product origin, quality, and ecological impact. Therefore, integrating sustainability principles into marketing strategies can strengthen brand reputation and provide additional competitive advantages for agricultural enterprises.

Furthermore, it should be emphasized that the effectiveness of marketing activities in agricultural enterprises is increasingly influenced by data-driven decision-making, the use of modern analytical tools allows enterprises to monitor market trends, evaluate consumer behavior, and optimize marketing strategies in real time. This contributes to more accurate targeting, improved resource allocation, and higher return on marketing investments.

At the same time, the integration of digital technologies into marketing activities requires the development of new competencies among specialists, including data analysis, digital communication, and strategic planning. Without proper skills and technological support, the potential of modern marketing tools cannot be fully realized. Therefore, the success of marketing activities depends not only on the availability of tools but also on the ability of enterprises to effectively integrate them into a unified system and adapt them to changing market conditions.

Thus, improving the effectiveness of marketing activities of agricultural enterprises is possible through the comprehensive use of modern tools, implementation of digital technologies, improvement of distribution systems, and focus on consumer needs. This will contribute to strengthening competitive positions and ensuring sustainable development of enterprises.

The integration of digital technologies and customer-oriented approaches is becoming a decisive factor in ensuring the long-term competitiveness of agricultural enterprises.

Література

1. Васильченко К. Г. Стратегічні орієнтири розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств // Науковий вісник ОНЕУ. 2025. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2025-12-337-126-133>
2. Nehrey M., Trofimtseva O. Analysis of the agriculture sector of Ukraine during the war // Вісник ХНУ. 2022. DOI: <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2022-102-06>

3. Dmytriiev I. Development of a marketing strategy for agricultural enterprises // Economic Bulletin of Donbas. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-4\(58\)-117-123](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-4(58)-117-123)
4. Flaig A., Kindström D., Ottosson M. Market-shaping strategies // Industrial Marketing Management. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.06.004>
5. Ekins P., Zenghelis D. The costs and benefits of sustainability // Sustainability Science. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11625-021-00910-5>