



АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

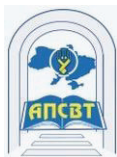
III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ
ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ,
ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ
ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ»**
(10 БЕРЕЗНЯ 2026 РОКУ, М. КИЇВ, УКРАЇНА)

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

КИЇВ – 2026

Федерація професійних спілок України / Federation of Professional Unions of Ukraine
Академія праці, соціальних відносин та туризму / Academy of Labor, Social Relations and Tourism
Кафедра маркетингу / Department of Marketing



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
III Міжнародної науково-практичної конференції
«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ»
(10 березня 2026 року, м. Київ, Україна)

COLLECTION OF MATERIALS
of III International scientific and practical conference
"SCIENTIFIC DIMENSION OF REFLECTING ON AND SEEKING PATHWAYS FOR UKRAINE'S DEVELOPMENT: MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL, MANAGEMENT, AND LEGAL ASPECTS"
(March 10, 2026, Kyiv, Ukraine)

Kyiv – 2026

УДК 08:339.138+330+336+005+34+159.9(477)

DOI: 10.5281/zenodo.1982150

*Рекомендовано Вченою радою
Академії праці, соціальних відносин і туризму
(протокол № 7 від 07.04.2026 року)*

НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 10 березня 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / За заг. ред.: Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина, – Київ. 2026. 572 с. (46,9 автор. арк.)

ISBN: 978-966-654 -917-7

У збірнику подано матеріали доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції кафедри маркетингу АПСВТ, присвячені осмисленню актуальних викликів та пошуку ефективних шляхів розвитку України в умовах трансформаційних змін. Розглянуто сучасні проблеми та тенденції у сфері маркетингу, економіки, фінансів, управління, права, а також соціально-психологічні аспекти розвитку суспільства. Представлено результати наукових досліджень, що відображають міждисциплінарний підхід до формування стратегічних орієнтирів сталого розвитку.

Для науковців, фахівців, викладачів закладів вищої освіти, здобувачів вищої освіти всіх рівнів.

Редакційна колегія

Сухомлин В.Б. - кандидат наук з державного управління, доцент, ректор АПСВТ, Заслужений працівник соціальної сфери України

Писаренко Н.В. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ (*головний редактор*)

Ярмоленко Ю.О. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Корчинська О.А. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Середа Н.М. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Бабічева О.І. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Базарна О.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Збірник матеріалів підготовлений як частина науково-дослідної теми кафедри маркетингу АПСВТ «Трансформація маркетингу в цифровій економіці: ринкові аспекти та соціальна відповідальність» (складова НДР АПСВТ «Ринок праці і розвиток профспілкового руху»)

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори

Матеріали друкуються мовами оригіналу: українська, англійська, польська

© Автори матеріалів, 2026

© Академія праці, соціальних відносин і туризму (кафедра маркетингу), 2026

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. Маркетингові дослідження в умовах трансформації сучасного світового ринку та глобальної цифровізації

<i>Оргысок Myroslava</i> MARKETING ASPECTS OF PHARMACEUTICAL MARKET DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES	29
<i>Алексенко Людмила, Юркевич Оксана</i> ФІНАНСОВА ІНТЕГРАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ ФРАГМЕНТАЦІЇ	31
<i>Атаманчук Маргарита</i> ЗМІНА СПОЖИВЧИХ ПРІОРИТЕТІВ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ФАКТОРІВ: ПОВЕДІНКОВИЙ АСПЕКТ	33
<i>Тетяна Борисова</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДОСЛІДЖЕННЯХ ЕМОЦІЙНОГО СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДІВ	34
<i>Букало Надія</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА	36
<i>Вовчанська Ольга., Іванова Лілія., Шамов Антон</i> ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНА МЕТОДОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	38
<i>Гоцул Віталій, Писаренко Надія</i> ВОСННИЙ БРЕНДІНГ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ	41
<i>Грінько Вікторія</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ	44
<i>Громоздова Лариса, Карась Андрій, Лупеха Віталій</i> BIG DATA ТА ЦИФРОВА АНАЛІТИКА У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ	45
<i>Зіньцьо Юлія, Альонова Олена</i> ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ МОЛОДІ	47
<i>Ганна Кашина, Лариса Громоздова, Олексій Макієвський</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ НАВЧАЮЧИХ СИСТЕМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	49

Кацуба Дмитро МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ СТВОРЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	50
Кисарець Владислав, Писаренко Надія УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ТОРГОВОЇ МАРКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	51
Кліщенко Анна, Хоменко Інна ВАЖЛИВІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ СТАРТАПІВ	53
Колісник Ольга, Мироненко Микола, Лисенко Тетяна ВИРОБНИЦТВО ТА ЕКСПОРТ ВІТЧИЗНЯНИХ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У 2024-2025 МАРКЕТИНГОВОМУ РОЦІ	55
Корчинська Олена ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ КІБЕРЗЛОЧИНІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КІБЕРБЕЗПЕКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	57
Кушнір Марта, Кушнір Тарас ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КНИЖКОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	59
Макареца Юлія ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ	60
Остапець Олександра КОЛЬОРОВА ПСИХОЛОГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	63
Писаренко Надія РОЛЬ ЦИРКУЛЯРНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РЕЗИЛЬСНТНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТОВАРНОГО РИНКУ	64
Середа Наталія УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ОПТОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	66
Стельмашенко Ілля, Даниленко Євген ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНТЕГРОВАНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМ ДОСВІДОМ ТА ЕКОНОМІЧНОЮ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	68
Сухецький Олексій, Шолудченко Сергій	69

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

<i>Тарасова Кристина</i> DATA-DRIVEN ПІДХІД У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	71
<i>Улановський Станіслав, Хаустова Євгенія</i> ТРАЕКТОРІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРЕНДИ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ	73
<i>Яворівська Софія</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ	74
<i>Яворський Віталій, Бондар Світлана</i> МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	76
<i>Янів Микола</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ВИНОРОБНОЇ ПРОДУКЦІЇ	77

**СЕКЦІЯ 2. Сучасні підходи та інструментарій управління маркетинговою
діяльністю**

<i>Krawczyk Anna</i> SUROWA TRANSFORMACJA MARKETINGU W WARUNKACH NIESTABILNOŚCI GOSPODARCZEJ: WYZWANIA I KIERUNKI ROZWOJU	80
<i>Андрух Анастасія</i> ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ	81
<i>Андріюченко Данило, Яковенко Роман</i> ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ БІЗНЕСУ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	82
<i>Білов Єгор</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ	84
<i>Біловодська Олена, Рубан Станіслав</i> КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ ПРОДАВЦЕМ І ПОКУПЦЕМ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	85
<i>Бойко Анна</i> АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ (КРІ) РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ У TikTok	87

Бойчук Інна ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	88
Вацюк Денис, Ярмоленко Юлія ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ	90
Вітковський Дмитро, Літвін Олена ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	92
Вознесенська Анастасія РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЩОДЕННІЙ РОБОТІ СУЧАСНОГО МАРКЕТОЛОГА	93
Гергардт Олександр, Яковенко Роман СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ В УМОВАХ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	94
Герчанівська Світлана УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ	96
Голіньський Віталій, Даниленко Євген ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ ДОВІРИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ ОМНІКАНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ)	98
Городняк Ірина, Яворська Мар'яна КОРИСТУВАЦЬКИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ КУПІВЕЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ДОВІРИ СПОЖИВАЧІВ	100
Гук Єлизавета МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	102
Демченко Юрій, Колеснік Віталій ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ІНВЕСТИЦІЙНО ПРИВАБЛИВИХ АГРОПІДПРИЄМСТВ	103
Дибчук Людмила, Пархоменко Богдан ОМНІКАНАЛЬНИЙ ПІДХІД ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ПРОДАЖІВ ПІДПРИЄМСТВА	106
Дуда Галина, Токман Вероніка СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОЦЕСІ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ	108

Зіньцьо Юлія, Альонова Олена АДАПТАЦІЯ РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТУ ДО ЦІННОСТЕЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАПИТІВ МОЛОДІЖНОЇ АУДИТОРІЇ	110
Клебанов Ігор ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ОНЛАЙН-ПОКУПЦІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	112
Копоненко Руслан МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	113
Кулик Олексій СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	115
Лейчук Анна, Хоменко Інна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	117
Луначук Єлизавета ВИКОРИСТАННЯ ДІРЕКТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	119
Макарова Вікторія МОДЕЛЮВАННЯ ТРАСЕКТОРІЇ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ НА ОСНОВІ ЛАНЦЮГІВ МАРКОВА	120
Марадь Роман СТРАТЕГІЇ ОНОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇХНІ ОСОБЛИВОСТІ	122
Марадь Роман ЦІНОВА ПОЛІТИКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	124
Марадь Роман МАТРИЧНИЙ АНАЛІЗ У СТРАТЕГІЧНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ ПЛАНУВАННІ	126
Маркова Світлана, Головань Ольга ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА	127
Мартишко Владислав ІНСТРУМЕНТИ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ТА ФОРМУВАННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ	129

Мацука Вікторія ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА УСПІШНІСТЬ ЕКО- МАРКЕТИНГОВИХ ІНІЦІАТИВ ТА ЇХНЕ СПРИЙНЯТТЯ СПОЖИВАЧАМИ	131
Мусієнко Вікторія UGC-СТРАТЕГІЇ ЯК ДРАЙВЕР ПОВЕДІНКОВИХ І МАРКЕТИНГОВИХ ЕФЕКТИВ У FREE-TO-PLAY ІГРАХ	133
Муштай Валентина ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ТА СУЧАСНИЙ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НАПРЯМІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	135
Нечипоренко Валентина ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	136
Павлова Ольга, Пузырьов Олександр УПРАВЛІНСЬКІ МОДЕЛІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ КЛІЄНТСЬКОЇ ЦІННОСТІ	138
Пустовіт Дмитро ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	140
Савчук Єлизавета, Василець Неля ЕМОЦІЙНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ	141
Саковська Олена МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	142
Середа Наталія ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІРЕКТ-МАРКЕТИНГУ У КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА З КЛІЄНТАМИ	144
Сирота Віктор, Шолудченко Сергій ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЦІННОСТІ БРЕНДУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОЇ ЕКОНОМІКИ	146
Слищенко Дмитро ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	147
Соколенко Анатолій, Ніколенко Микола ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ЗАСОБАМИ КОНТЕНТ-	149

МАРКЕТИНГУ

Стефанюк Євген, Марков Роберт УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	152
Тарануха Олена, Яковенко Роман ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	153
Устьян Олександр ТРИГЕРИ ДОВІРИ В B2B МАРКЕТИНГУ	154
Чайка Олександр, Гуцу Ірина ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	156
Чорнодід Ігор МАРКЕТИНГ ДОВІРИ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	158
Шепель Тетяна, Солоджук Софія МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ МАЛОГО БІЗНЕСУ	160
Шматок Максим УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ДАНИХ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	162
Шумкова Олена ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦІНИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ РИНКОВИХ ВІДНОСИН	163
Яковенко Роман МАНІПУЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ФАКТОР ПОРУШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	165
Яковенко Роман, Гергардт Олександр ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ У ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	167
Яковенко Роман ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІСТИЧНИХ ТА МЕХАНІСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ В УМОВАХ ВІЙНИ	169
Янів Анастасія СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИКА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	172

Яров Сергій	173
ВПЛИВ ІНСТРУМЕНТІВ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ У B2B-СЕКТОРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ГІГІЄНИ	

**СЕКЦІЯ 3. Інформаційні системи та аналітичне забезпечення управління в
маркетингу, менеджменті, освіті, фінансах та діяльності підприємств**

Карітон Алла	176
THE PLACE OF CLOUD TECHNOLOGIES AND DISTRIBUTED SYSTEMS IN THE TRANSFORMATION PROCESS OF THE ECONOMY	

Reshetilova Tetiana	177
PLACE AND ROLE OF PERSONALIZED CONTENT CREATED GEN AI- ENHANCED IN MARKETING	

Sorokina Valentyna, Sorokina Svetlana, Akmen Viktoria	178
INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE EDUCATIONAL PROCESS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS DURING THE DIGITALISATION ERA	

Ахмед Марван Расім Ахмед	180
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	

Бабіцький Денис	182
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО УПРАВЛІННЯ	

Бараник Зоя, Руслан Кононенко	183
РОЛЬ ЦИФРОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ	

Бойко Вікторія	185
ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	

Борисюк Олена	187
АНАЛІТИКА ДАНИХ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В СТРАХУВАННІ	

Варнавський В'ячеслав	189
АРХІТЕКТУРНІ ПАТЕРНИ ПРОЄКТУВАННЯ МАСШТАБОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	

Вірієнко Ігор, Бозутенко Юрій	190
ОМНІКАНАЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ВІДПОВІДЬ НА	

ТРАНСФОРМАЦІЮ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ В КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Громоздова Лариса, Свобода Данило МІСЦЕ ТА РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ У МАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННІ	192
Гусар Назарій ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	194
Дибчук Людмила, Каплюк Сергій СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА КРИЗОВИХ ВИКЛИКІВ	196
Дубовий Андрій, Воробйова Оксана АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АВС-АНАЛІЗУ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ РЕЛЕВАНТНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	198
Жовновач Руслана, Цатурян Роман ІНСТРУМЕНТИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	200
Захарчук Сергій ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ	202
Кашина Ганна, Громоздова Лариса, Макієвський Олексій ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА КАДРІВ ЗІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ»: САМОАНАЛІЗ СВОЄЇ МАЙБУТНЬОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ АПСВТ	204
Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман КВАЛІФІКАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО МЕНЕДЖЕРА З КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	206
Кулик Вікторія ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	207
Лавриченко Віктор ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	209
Левицький Віктор СТРАТЕГІЧНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ	211

Мазур Вікторія УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ПІДВИЩЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	213
Марадь Роман АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ	215
Махортов Юрій, Гуляєв Віктор-Марк ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	217
Мельник Катерина ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ МОНИТОРИНГУ ESG- ПОКАЗНИКІВ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	219
Милашко Микола АНАЛІТИКА ДАНИХ І ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В БІЗНЕСІ ТА ОСВІТІ	221
Місюра Богдан, Марков Роберт ІНТЕГРАЦІЯ ОМНІКАНАЛЬНИХ ПІДХОДІВ У СИСТЕМУ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	223
Обухов Віталій ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	225
Петько Станіслав, Потьомкін Ігор СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ APPLE	227
Полівар Євген ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ СЕРВІСІВ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ В ГОТЕЛЯХ	230
Самсоненко Павло РОЛЬ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГНУЧКОСТІ ТА КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	232
Свирида Ольга ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ БЮДЖЕТУВАННЯ ТА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ	234
Семенова Катерина АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗАСОБАМИ У РОЗРАХУНКАХ	235
Собченко Роман СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	237

<i>Стрельченко Віталій</i> ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA У ПРОГНОЗУВАННІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	239
<i>Тараненко Микола, Воробйова Оксана</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА РІВНЯ ЙОГО СТРАТЕГІЧНОЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ	241
<i>Ткаченко Ірина, Сильченко Аліна</i> ІНТЕГРОВАНЕ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ: СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ	243
<i>Швагірев Максим</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	244
<i>Яковенко Роман</i> УПРАВЛІННЯ ПОШУКОВИМИ СИСТЕМАМИ (SEO) ДЛЯ ІНТЕРНЕТ- МАГАЗИНУ	246
<i>Яковенко Роман</i> «НЕЙРОМЕРЕЖА» МАНІПУЛЯТОРА У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	248
<i>Яковенко Роман, Гергардт Олександр</i> ФОРМУЛЮВАННЯ SMART-ЦІЛЕЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОНІКС-СИСТЕМЗ»	250
<i>Яковенко Роман, Гергардт Олександр</i> НЕПРОДУКТИВНІ ВИТРАТИ ЧАСУ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	252
<i>Яковенко Роман</i> СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ПРАЦІВНИКІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	253
<i>Янюк Назар</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	255
СЕКЦІЯ 4. Соціально відповідальний маркетинг і сталий розвиток: теоретико- методологічні засади та практичні аспекти реалізації	
<i>Андріющенко Данило, Яковенко Роман</i> МОРАЛЬНІ САНКЦІЇ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	258

Базарна Ольга, Богідасв Андрій, Горюн Костянтин ІННОВАЦІЇ В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЩОДО ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ	260
Базарна Ольга, Момонт Євген, Момонт Юрій ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ В РЕКЛАМУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	262
Броновицький Володимир, Даниленко Євген ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ АГРАРНИХ РИНКІВ	264
Віслоух Іван СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ	266
Внукова Наталія ПРИРОДОРЕСУРСНІ АСПЕКТИ У ЗВІТАХ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	268
Гетьман Олег ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	270
Глухий Олександр, Бабічева Олена ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО БРЕНДУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ	272
Гурін Марта СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВОМУ ПЛАНУВАННІ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ	274
Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман ПРОГРАМА ОСОБИСТОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	276
Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	277
Петров Дмитро ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	279
Пригарська Діана РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ НІМЕЧЧИНИ	281
Тютюнник Світлана, Тютюнник Юрій, Капцедал Наталія	283

ВІДБУДОВА ЧЕРЕЗ ГОСТИННІСТЬ: РЕГЕНЕРАТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК
ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Устік Тетяна 285
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ
СТАЛИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Хом'якова Катерина, Марков Роберт 287
СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК
ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО БРЕНДУ

Шепель Тетяна 289
МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ПСИХОЛОГІЧНІ
МЕХАНІЗМИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ

Яковенко Роман, Гергардт Олександр 291
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ
НАВАНТАЖЕННЯМ ПЕРСОНАЛУ

**СЕКЦІЯ 5. Актуальні тенденції інноваційного розвитку в контексті
забезпечення фінансово-економічної безпеки: міжнародний досвід та
національні пріоритети**

Базарна Ольга, Зоря Руслан, Артеменко Антоніна 294
ІНТЕГРАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА СЕРВІСУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНИХ
ПЕРЕВАГ У ТУРИЗМІ

Базарна Ольга, Вишневська Анастасія 296
ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЕРІОД ЦИФРОВІЗАЦІЇ
ТА ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Базарна Ольга, Луначук Єлизавета 298
ТИПИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ НОВА ПОШТА

Базарна Ольга, Бугай Олег, Головчук Дар'я 300
СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ
КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Бреус Світлана, Чайка Антон 303
ІНСТРУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ
ОСВІТИ

Борисенко Андрій, Бреус Світлана 305
ІМПЕРАТИВ АДАПТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА У
КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Волочай Аміна, Россоха Марія, Зачосова Наталія ФОРМУВАННЯ ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ	307
Гергардт Олександр, Яковенко Роман ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОНІКС-СИСТЕМЗ»	308
Голоденко Вікторія МІЖНАРОДНІ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙ ТА ЇХ АДАПТАЦІЯ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	309
Гриценко Наталя ІННОВАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ - ОСНОВА ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	311
Дмитрієва Наталія, Зачосова Наталія МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	313
Забудська Юлія, Макаренко Владислав, Зачосова Наталія МЕТОДИКИ ПРОЄКТНОГО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	314
Карасевич Ірина, Зачосова Наталія МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	315
Ключко Володимир ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ ТА АДАПТАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЙОГО РОЗВИТКУ	316
Кулик Анастасія, Зачосова Наталія СОЦІАЛЬНІ НАВИКИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ У СИСТЕМІ БЕЗПЕКООРІЄНТОВАНОГО HR-МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ	318
Маслак Ольга, Гарькавий Валентин РЕСУРСНА ЦІННІСТЬ ТВЕРДИХ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ	319
Михайловський Денис, Кришталь Галина ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ ТА ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	321
Олефір Олеся, Бреус Світлана	323

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ
ПІДПРИЄМСТВА

- Подаков Євгеній** 325
СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ В ІНТЕГРАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ
УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЦИФРОВИЙ ПРОСТІР
- Рябич Андрій, Кришталь Галина** 327
ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЧИННИК ПОСИЛЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗНИЖЕННЯ МАКРОФІНАНСОВИХ
ДИСБАЛАНСІВ
- Савків Андрій** 329
РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОГНОЗУВАННІ ФІНАНСОВИХ
РИЗИКІВ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ В СИСТЕМУ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
- Савчук Інна** 330
СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ
УКРАЇНИ
- Жигинас Михайло, Ярмоленко Юлія** 332
ЕКОНОМІЧНЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ:
МАРКЕТИНГОВІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
- Таран Дана, Россоха Марія, Зачосова Наталія** 334
ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ПРОТИДІЇ РИЗИКАМ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-КАДРОВИЙ
БЕЗПЕЦІ
- Тарануха Олена, Яковенко Роман** 335
SWOT-АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ APPLE INC. ТА
СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ПЕРЕХОДУ НА НАСТУПНИЙ ЕТАП
РОЗВИТКУ
- Улянич Юлія, Улянич Костянтин** 337
УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ
БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ
- Франко Юлія, Кришталь Галина** 339
ІННОВАЦІЙНІ ЕКОСИСТЕМИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТІЙКІСТЬ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
- Черняк Валерій, Чубіна Анастасія, Зачосова Наталія** 341
УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ МІСТ В
КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ
- Яковенко Роман** 342

МАНІПУЛЯТОР ТА ФОРМАЛЬНИЙ КЕРІВНИК У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ

Яковенко Роман 344
КАДРОВА КРИЗА ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАСЛІДОК ДІЯЛЬНОСТІ
МАНІПУЛЯТОРА

Яковенко Роман, Андриющенко Данило 346
ОСОБЛИВОСТІ РІЗНИХ ПІДХОДІВ У КОМПЛЕКСНІЙ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Яковенко Роман 347
УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»

**СЕКЦІЯ 6. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення ефективності
комерційної діяльності, фінансів, торгівлі, логістики та сфери послуг у
сучасних умовах**

Артюх Вадим 349
КРИТЕРІЙ ТА ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бабічева Олена 351
ЗАСТОСУВАННЯ BIG DATA, CRM ТА АНАЛІТИКИ В ДИДЖИТАЛ-
КОМУНІКАЦІЯХ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ВОЄННОГО БРЕНДУ

Базарна Ольга, Кравчук Сергій, Шмігельська Євгенія 353
МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЯК ЧИННИК
РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Барабаш Леся 356
ПОВЕДІНКОВІ ЧИННИКИ ПРИЙНЯТТЯ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ
ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Бодішова Вікторія, Яковенко Роман 358
УРАХУВАННЯ ОСОБИСТИХ РИС КЕРІВНИКІВ ТА ВИКОНАВЦІВ В
УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Бойко Людмила 360
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ ЯК ФАКТОР
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Бойко Вікторія 362
ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ПОСЛУГ

Бондар Юлія РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	364
Борисенко Андрій, Бреус Світлана ДЕТЕРМІНАНТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ РИНКОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	366
Кореневич Михайло, Бреус Світлана ESG-ПІДХОДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ: РАКУРС НА ІННОВАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНУ ТРАНСФОРМАЦІЮ	368
Волинець Людмила, Янішевський Андрій, Волинець Яна ВДОСКОНАЛЕННЯ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА УМОВ ПЕРЕХОДУ ДО ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ	370
Гергардт Олександр, Яковенко Роман СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ПРОЄКТНИМ ХАРАКТЕРОМ ДІЯЛЬНОСТІ	372
Грегоращук Ігор ЗЕЛЕНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ВЕКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИКА	374
Громоздова Лариса, Мандзюк Валентин, Шматенко Віктор ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	375
Грубар Назарій ОСОБЛИВОСТІ РИЗИКІВ ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	377
Драбовський Анатолій, Старінець Дарина МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ І НАГЛЯДУ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ ВИКЛИКІВ	379
Захарчук Сергій ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ	381
Каличева Наталія, Остатюк Борис ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ	383

Костенко Олександр АНАЛІЗ СВІТОВИХ ПРАКТИК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	385
Кріпак Сергій ЛОГІСТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСТАВКИ ТУРИСТІВ І ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ	386
Лішман Анна, Яковенко Роман СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	387
Мягков Денис ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	389
Олефір Олеся, Бреус Світлана ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	391
Петрик Денис, Бабічева Олена ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ШІ-АГЕНТІВ У МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ: АНАЛІЗ СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ДОСВІДУ	393
Рибальченко Дмитро ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	395
Римар Наталія ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	397
Сидоров Володимир СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКУ	399
Скринник Дмитро, Бреус Світлана МОТИВАЦІЯ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	401
Стремляїн Георгій ВИРІШЕННЯ НАГАЛЬНИХ ПИТАНЬ МІСЦЕВОГО ГОСПОДАРСЬКОГО УПРАВЛІННЯ	403
Тарануха Олена, Яковенко Роман ФАКТОРИ УСПІХУ ТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ КОМПАНІЇ APPLE INC	406
Ткаченко Ірина, Левченко Тетяна	408

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ
РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННИХ РИЗИКІВ

<i>Харитонов Костянтин</i>	410
СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ РЕГІОНІВ ЧЕРЕЗ АГРОТУРИЗМ	
<i>Шевчук Олег, Рвач Андрій, Слищенко Дмитро</i>	411
ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ЗАХІДНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	
<i>Щербина Вероніка, Заболотний Олег</i>	413
ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОТИ ПЕРЕВАНТАЖУВАЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ В МОРСЬКИХ ПОРТАХ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ	
<i>Щербина Вероніка, Фомін Сергій</i>	415
РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД У РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ БЛАКИТНОЇ ЕКОНОМІКИ	
<i>Яковенко Роман</i>	416
ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЧЕРЕЗ ОПТИМІЗАЦІЮ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	
<i>Яковенко Роман, Гергардт Олександр</i>	418
КОРПОРАТИВНИЙ СТАНДАРТ ТА УНІФІКАЦІЯ ШАБЛОНІВ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ У ПРОЄКТНИЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Яковенко Роман</i>	419
ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»	

**СЕКЦІЯ 7. Трансформаційні процеси в системі забезпечення стійкості та
конкурентоспроможності держави й бізнесу в умовах глобальної економіки**

<i>Klunko Natalia</i>	422
DIGITAL TRANSFORMATION AS A DRIVER OF INNOVATION AND PERSONALIZATION IN THE GLOBAL PHARMACEUTICAL MARKET	
<i>Hishchak Ostap</i>	423
STRATEGIC TRANSFORMATION OF UKRAINE'S IT OUTSOURCING AS A CATALYST FOR ENHANCING NATIONAL GLOBAL COMPETITIVENESS	
<i>Аль-Хасан Марі</i>	424
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	

Балдэжи Марина ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	426
Балдэжи Марина ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА	427
Безуглий Олександр, Шаталов Олександр ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗБАЛАНСУВАННЯ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: АКТУАЛЬНІ КОНЦЕПЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	429
Герасименко Олена СТРАТЕГІЧНА АДАПТАЦІЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДО ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ЧЕРЕЗ ІНДИКАТОРИ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ У СИСТЕМАХ РОЗУМНОГО МІСТА	431
Герасимів Зоряна ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ТА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЛЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	433
Гергардт Олександр, Яковенко Роман ФОРМАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	435
Громоздова Лариса, Нелюба Олександр, Антонюк Костянтин СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ	437
Гуляєв Віталій, Ткаченко Ірина, Сербін Андрій, Смирнов Ігор СТРАТЕГУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОЇ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ З ІНТЕГРАЦІЄЮ ДО СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	440
Денисюк Сергій РИЗИКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ КОМПЕТЕНТІСНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ	442
Дискіна Анастасія ТРАНСФОРМАЦІЯ ЧИННИКІВ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	445
Дмитренко Аліна ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	446

Зелінська Олена КОН'ЮНКТУРНІ ЗМІНИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ	448
Каспрук Олександр СУЧАСНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	450
Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман ПЕРЕТВОРЕННЯ ГРУПИ ПРАЦІВНИКІВ НА ПОВНОЦІННИЙ КОЛЕКТИВ З ПОЗИЦІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	451
Кожухівська Райса РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ	452
Корват Олена ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ	454
Кореневич Михайло, Бреус Світлана РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО КОНСАЛТИНГУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	455
Косик Тетяна, Волинець Ірина ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	457
Левковець Наталія ФОНДОВИЙ РИНОК У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	459
Лішман АНА, Яковенко Роман УПРАВЛІННЯ БОЙОВИМИ ДІЯМИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ	460
Луговий Богдан ЗНАЧЕННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У ФУНКЦІОНУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	461
Маклецький Дмитро ІНСТРУМЕНТИ МЕХАНІЗМУ ЕФЕКТИВНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	463
Маселко Віталій ЄВРОПЕЙСЬКА МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	465
Мельничук Анатолій ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ:	467

ВИЗНАЧАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

<i>Милашко Ольга</i>	469
ТРАНСФОРМАЦІЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПРОПОРЦІЙ ТА МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ВІЙНИ	
<i>Науменко Наталія</i>	471
ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КРЕДИТНОЇ СТРАТЕГІЇ КНР ЯК ВИКЛИК ФІНАНСОВИЙ СТІЙКОСТІ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ	
<i>Огієнко Антон</i>	476
ТРАНСФОРМАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ	
<i>Олійник Наталія, Смоляк Олексій, Задумін Дмитро</i>	478
ІМПАКТ-ІНВЕСТУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ ЯК ДРАЙВЕР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<i>Олійник Олена, Малашицька Юлія</i>	480
ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ	
<i>Осташко Олександр</i>	483
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
<i>Петриченко Дмитро</i>	485
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	
<i>Петрівський Олексій</i>	487
ДЕМОГРАФІЧНІ ВИКЛИКИ ПОВОСННОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ДИНАМІКУ	
<i>Пульча Дмитро</i>	488
КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАЛУЧЕННЯМ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	
<i>Ребрина Анна, Мартянов Георгій</i>	490
ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА АДАПТАЦІЮ ТОВ «АВІАКОМПАНІЯ «СКАЙЛАЙН ЕКСПРЕС» НА РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ	

Романюк Ірина, Кругла Анастасія	492
РОЗРОБКА ЕКОТУРУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Сабасв Гліб	494
МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Самолюк Наталія, Дмитрієва Вероніка	495
РЕІНТЕГРАЦІЯ ВЕТЕРАНІВ ВІЙНИ ЯК ЧИННИК СТРУКТУРНОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	
Сенченко Аліна	497
БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СТІЙКОСТІ	
Скринник Дмитро	499
ЧИННИКИ ВПЛИВУ ТА РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ	
Соловей Ірина	501
СИСТЕМНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	
Стужний Олександр	503
АДИТИВНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	
Тарануха Олена, Яковенко Роман	505
ІДЕНТИФІКАЦІЯ СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ КОМПАНІЇ APPLE INC. ТА ОЦІНКА ЇЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ	
Татар Марина	507
ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ ТА ФІНТЕХ-ЕКОСИСТЕМА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ	
Ткаченко Ірина	509
ФІНАНСОВА АДАПТИВНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ: ТРАНСФОРМАЦІЯ БЮДЖЕТНИХ ДОХОДІВ	
Швець Павло	511
ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН	
Шевчук Владислава, Пивоварова Анжеліка	513
СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКО-НІМЕЦЬКОГО	

ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

- Яковенко Роман, Коповальчук Анастасія** 515
ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У
СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ
- Яковенко Роман, Коповальчук Анастасія** 517
ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ
- Яковенко Роман, Коповальчук Анастасія** 519
КОМПЛЕКСНИЙ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В
УКРАЇНІ

**СЕКЦІЯ 8. Соціальні, психологічні, правові та етичні виміри трансформацій
розвитку сучасного суспільства**

- Бригіна Софія** 522
СОЦІАЛЬНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ЕФЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ
СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВИЩОЇ ОСВІТИ
- Варнавська Інна** 524
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК
ЧИННИКА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ
- Гергардт Олександр, Яковенко Роман** 525
ЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ
- Голубєва Вікторія** 527
ПРО ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ДОГОВОРІВ
- Грегоращук Андрій** 529
РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ У МІНІМІЗАЦІЇ
СОЦІАЛЬНИХ РИЗИКІВ
- Жигинас Ю.Б.** 530
ПРОФІЛАКТИКА АДИКТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ У ПРАКТИЦІ
СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ТА
ПРАВОВІ ВИМІРИ
- Загалевиц Валентина** 533
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ТА ЗМІН
СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ В УКРАЇНІ

Зелінська Антоніна, Рудченко Наталія РОЗВИТОК ТА ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ У ПРАТ «ЛІКТРАВИ»	535
Шишов Максим, Писаренко Надія ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ У МАРКЕТИНГУ	537
Коваленко Світлана ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ВИКЛАДАЧА У РОБОТІ З ІНОЗЕМНИМИ СТУДЕНТАМИ: УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІРИ	539
Ковальчук Галина ТРЕТЯ МІСІЯ УНІВЕРСИТЕТУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ОСВІТИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	541
Коповальчук Анастасія, Яковенко Роман ОСНОВНІ ПРИПУЩЕННЯ І ГЛИБОКІ ПЕРЕКОНАННЯ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	543
Кропивна Катерина ПОНЯТТЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ЯК СУБ'ЄКТІВ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СФЕРИ	545
Лужанський Андрій ОКРЕМІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЄДНОСТІ СУДОВОЇ ПРАКТИКИ У СПРАВАХ ОКРЕМОГО ПРОВАДЖЕННЯ	548
Мальський Олег ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ПРИВАТНО-ПУБЛІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	551
Нелен Майя РОЗВИТОК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	552
Рунчева Наталія, Колеснікова Анна ЕТИЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	554
Сорокіна Людмила, Ткаченко Ірина, Плавков Олег ІНФОРМАЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІСТИНИ ТА СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	556
Тарапуха Олена, Яковенко Роман ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ APPLE INC. У ДОВГОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ	558

Тютюнник Світлана, Ландар Денис, Яценко Дмитро ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ АЛГОРИТМІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ	560
Яковенко Роман СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	562
Яременко Людмила, Марченко Дмитро КЛІПОВЕ МИСЛЕННЯ ЯК ФЕНОМЕН ЦИФРОВОГО ПОКОЛІННЯ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	564
Ярмоленко Юлія ФЕНОМЕН ЩАСТЯ У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИКИ ДОБРОБУТУ ТА МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я СУСПІЛЬСТВА	566

02/27/2026)

4. Structure of the pharmaceutical market of Ukraine: features of the sector, types of suppliers. URL: <https://blog.Youcontrol.market/struktura-farmasievitchnohgo-rinku-ukrayini/> (access date 04.03.2026)

5. Podzigan S. M., Garmatyuk O. V. Branding as a tool for increasing the competitiveness of pharmaceutical enterprises. *Entrepreneurship and Trade*. 2021. No. 31. P.33-37. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-31-05>

Алексєєнко Л. М.

доктор економічних наук, професор

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

Юрєвич О. М.

кандидат економічних наук, доцент

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

ФІНАНСОВА ІНТЕГРАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ ФРАГМЕНТАЦІЇ

Сучасний етап фінансової інтеграції Європейського Союзу, що розгортається протягом 2025–2026 років, знаменує собою перехід від моделі економічної доцільності до парадигми стратегічної автономії та безпеки. В умовах безпрецедентної геоekonomічної фрагментації, зумовленої торговельними конфліктами та зміною глобальної архітектури безпеки, фінансова система ЄС вимушена адаптуватися до ролі мобілізаційного інструменту для фінансування оборони та цифрового переходу [1]. Європейська фінансова система демонструє значну стійкість, проте залишається вразливою до зовнішніх шоків, зокрема до волатильності на енергетичних ринках та змін у статусі долара США як основної «тихої гавані». Основною тенденцією цього періоду є трансформація концепції Союзу ринків капіталу (CMU) у більш комплексну та орієнтовану на громадянина стратегію Союзу заощаджень та інвестицій (SIU), що підкреслює необхідність залучення колосальних внутрішніх заощаджень для подолання інвестиційного розриву, який потребує додаткових 750–800 млрд євро щорічно [2].

Процес фінансової інтеграції ЄС є необхідною умовою для стабільності європейської економічної моделі в конкуренції зі США та Китаєм. Це зумовлює активізацію реформ, спрямованих на подолання фрагментації ринкової інфраструктури та створення єдиного правового поля для компаній, що масштабуються [3]. Вплив цих процесів на економічну конвергенцію є неоднозначним: з одного боку, інтеграція сприяє вирівнюванню вартості запозичень, з іншого – вимагає від менш розвинених економік жорсткіших структурних реформ для відповідності новим стандартам фінансового нагляду [4].

Економічний ландшафт єврозони у 2025 та 2026 роках демонструє складну траєкторію відновлення, де загальні позитивні показники зростання маскують глибокі секторальні диспропорції. Явище, яке Європейський центральний банк класифікує як «ротаційні рецесії» (rolling recessions), стає визначальним для розуміння поточної стабільності. На відміну від класичної рецесії, коли спад охоплює всю економіку одночасно, ротаційна модель передбачає послідовні періоди труднощів у різних секторах. Асинхронність секторальних циклів створює значні труднощі для проведення єдиної монетарної політики, оскільки відсоткові ставки, прийнятні для сектору послуг, можуть бути надмірно обмежувальними для промисловості [2; 4]. Це призводить до накопичення прихованих ризиків у банківських балансах: хоча загальний рівень NPL залишається низьким (~1.84%), спостерігається тривожна тенденція до зростання проблемних активів саме в галузях, найбільш чутливих до імпортних тарифів та енергетичних шоків. Синхронізація цих секторальних спадів у майбутньому може призвести до системної кризи, що вимагає від регуляторів переходу від аналізу агрегованих показників до більш

детального моніторингу на рівні окремих галузей та регіонів.

Банківська система Єврозони у 2025–2026 роках перебуває у стані операційної ефективності. Рентабельність власного капіталу (ROE) на рівні 9,8% дозволяє фінансовим інститутам не лише виплачувати дивіденди, а й активно інвестувати у цифрову трансформацію та змінювати капітальні буфери. Важливим етапом до завершення Банківського союзу стало офіційне ухвалення у 2026 року пакету реформ щодо управління кризами та страхування депозитів (CMDI). Ця реформа спрямована на уніфікацію процедур виходу з ринку для банків будь-якого розміру, забезпечуючи передбачуваність для вкладників та інвесторів. Особливу увагу в межах CMDI приділено малим та середнім банкам, для яких раніше процедури резолюції були недостатньо чіткими, що змушувало національні уряди використовувати кошти платників податків для порятунку. Вважаємо, що нова рамка дозволяє ширше використовувати кошти національних систем гарантування вкладів для підтримки передачі активів та зобов'язань неспроможного банку фінансово стабільним установам, що знижує ризики системного зараження [5].

У 2025 році Європейська Комісія здійснила стратегічний поворот, замінивши риторику Союзу ринків капіталу (CMU) концепцією Союзу заощаджень та інвестицій (SIU). Це відображає зміну акцентів: якщо CMU фокусувався переважно на пропозиції (ринковій інфраструктурі), то SIU звертається до попиту, намагаючись залучити домогосподарства до активного інвестування. З огляду на те, що європейці зберігають близько 15% свого доходу у формі банківських депозитів – що втричі більше, ніж у США – потенціал цього ресурсу є важливим для забезпечення довгострокового зростання [6]. Стратегія SIU базується на чотирьох робочих напрямках, кожен з яких має на меті усунути конкретні бар'єри на шляху руху капіталу. Перший напрямок («Громадяни та заощадження») фокусується на створенні простих та недорогих інвестиційних продуктів, таких як загальноєвропейські ощадні рахунки (SIA), та стимулюванні додаткових пенсійних планів. Другий напрямок («Інвестиції та фінансування») спрямований на розширення можливостей для компаній, особливо в інноваційних галузях, залучати акціонерний капітал замість боргів. Третій та четвертий напрямки стосуються інтеграції ринкової інфраструктури та конвергенції нагляду, що має перетворити 27 фрагментованих ринків на єдиний ліквідний фінансовий простір.

Підсумовуючи зазначимо, що особливості фінансової інтеграції ЄС варто враховувати при підготовці проєктів відбудови та організаційно-правового забезпечення сталого розвитку національного фінансового ринку для реалізації стратегії відновлення економіки України [7; 8].

Література:

1. Tulai, O., Alekseyenko, L., Dmytryshyn, M., Yatsukh, R., Zapolskyi, O., Bilan, O. (2025). Adaptive Information of the Financial System to the Challenges of Global Uncertainty. In: Hamdan, R.K. (eds) Tech Fusion in Business and Society. Studies in Systems, Decision and Control, 234. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-84636-6_14
2. 2026 European Macroeconomic Report – Economy and Finance. URL: https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/2026-european-macroeconomic-report_en (дата звернення 08.03.2026).
3. Tulai, O., Motuzenko, O., Kvasnytsia, O., Dmytryshyn, M., Alekseyenko, L., Karpyslyn, N. (2026). International Relations and Women's Leadership in Financial Management: From Local to Global Socialization. In: El Khoury, R. (eds) Strategic Decision-Making in Dynamic Business Environments. Studies in Systems, Decision and Control, 642. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-032-07220-7_8
4. Assessing the Impact of EU Financial Support on Regional Convergence: A Systematic Literature Review – MDPI. URL: <https://www.mdpi.com/2673-4060/7/3/35> (дата звернення 08.03.2026).
5. EU bank crisis management : remaining measures to boost confidence in the EU framework? URL: <https://www.eurofi.net/session/eu-bank-crisis-management-remaining-measures->

to-boost-confidence-in-the-eu-framework-2/ (дата звернення 08.03.2026).

6. Europe's Integration Imperative – International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/publications/fandd/issues/2025/06/europes-integration-imperative-alfred-kammer> (дата звернення 08.03.2026).

7. Pinti, A., Tulai, O., Chaikovskiy, Y., Stetsko, M., Dmytryshyn, M., Alekseyenko, L. (2026). International Communication and Innovation in Investment in Flagship, Mortgage and Social Projects to Guarantee Security and Minimize Risks of Public Finances. In: Hamdan, R.K. (eds) Integrating Big Data and IoT for Enhanced Decision-Making Systems in Business. Studies in Big Data, 177. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-97609-4_35

8. Alekseyenko L., Tulai O., Dmytryshyn M., Stetsko M., Kvasnytsia O., Vilchynskiy V. (2024). Information Assistance for Regulation of Financial Market Business Intelligence in the Context of Global Reset. In: Hamdan, A. (eds) Achieving Sustainable Business Through AI, Technology Education and Computer Science. Studies in Big Data, vol 163. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-73632-2_58

Атаманчук М. В.

здобувачка вищої освіти спеціальності «Маркетинг»

Науковий керівник: Городняк І. В., к.с.н., доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна

ЗМІНА СПОЖИВЧИХ ПРІОРИТЕТІВ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ФАКТОРІВ: ПОВЕДІНКОВИЙ АСПЕКТ

Сучасні кризові процеси в Україні, зумовлені повномасштабною війною, інфляційним тиском, логістичними збоями та ризиками безпеки, істотно змінюють споживчу поведінку. Офіційні оцінки свідчать, що слабкість споживчого попиту та пріоритезація витрат стали важливими елементами поточної макроекономічної динаміки [3].

У цих умовах споживання дедалі менше відповідає класичній моделі «максимізації корисності» та набуває рис адаптивної поведінки, спрямованої на зниження ризиків і збереження фінансової стійкості домогосподарств. Споживачі переглядають структуру витрат, формують фінансові резерви та обмежують необов'язкові покупки, що узгоджується з висновками сучасних маркетингових досліджень поведінки споживачів у кризових умовах [2].

Теоретичну основу аналізу доцільно будувати як інтеграцію кількох підходів. По-перше, у працях І. В. Городняк підкреслюється, що поведінка споживачів є результатом взаємодії економічних, психологічних та соціокультурних чинників, чутливих до макроекономічних шоків і змін доходів населення [1]. По-друге, комплекс маркетингу підприємств, а також вплив соціального середовища формують рамки прийняття споживчих рішень, особливо в умовах нестабільності [5].

Важливу роль у формуванні поведінки споживачів відіграють референтні групи — сім'я, друзі, професійне оточення, думці яких споживачі довіряють у процесі прийняття рішень про купівлю [1]. У кризових умовах значення таких груп посилюється, оскільки зростає потреба в соціальному підтвердженні вибору.

Емпірично воєнний період проявляється у зміні структури попиту. За даними Національного банку України, у 2022–2024 роках слабкий споживчий попит та його структурна перебудова внаслідок пріоритезації витрат стримували інфляційні процеси [3]. Окремим фактором став енергетичний компонент: попит на товари енергоавтономності суттєво зріс у відповідь на перебої енергопостачання [3].

Однією з ключових ознак кризової споживчої поведінки є підвищення цінової чутливості та використання стратегії «trade-down» — переходу до дешевших товарів або менших упаковок. Класичні праці з маркетингу підкреслюють, що в періоди економічної

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
Міжнародної науково-практичної конференції
«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ,
ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ
АСПЕКТИ»

За загальною редакцією Н.В. Писаренко та В.Б. Сухомлина

Видається в авторській редакції.
Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей.
Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакційної колегії.

Київ 2026

10 березня 2026 року

Віддруковано ФО-П Шпак В. Б.
Свідоцтво про державну реєстрацію:
Серія В02 № 924434 від 11.12.2006 р.
Свідоцтво платника податку: Серія Е № 897220
м. Тернопіль, вул. Просвіти, 6.
тел. 8 097 299 38 99, (0352) 422-388
E-mail: tooums@ukr.net