

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС ОСВІТИ
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОРИ
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»**

*до 20-річчя кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

23-24 квітня 2025 р.

**Київ – 2025
Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»**

УДК 005+139.138+658.8](477)(06)(0.034)

Рекомендовано до друку
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук
Національного університету «Києво-Могилянська академія»
(протокол № 5 від 16 травня 2025 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.1. – 589 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 23-24 квітня 2025 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: новітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

Матеріали друкуються в авторській редакції. У матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

eISBN 978-966-518-855-1

DOI 10.35668/978-966-518-855-1

<https://doi.org/10.35668/978-966-518-855-1>

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2025 р.

СЕКЦІЯ 1. НОВІТНІ ПАРАДИГМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Бабенко І.В., Школяр С. П.

Цілі реінжинірингу в удосконаленні менеджменту та маркетингу
бізнес-процесів 32

Близнюк А.О., Гетьман О.О.

Ефективність управління маркетинговою діяльністю на підприємстві 34

Бондарев Н.Д.

Імплементация технології блокчейн у менеджменті 36

Бочарова Н.А., Камал С.Е.

Вплив ризик менеджменту на різні діяльності суб'єктів
господарювання 38

Буняк Н.М., Бохотниця С.М.

Методичні підходи до оцінки ефективності управління змінами в
діяльності підприємства 40

Ващук К.О., Волинець І.Г.

Основні аспекти управління ефективністю діяльності підприємства 42

Волкова І.А.

Організація управління підприємством 44

Воронкова В.Г., Череп А.В., Череп О.Г.

Штучний інтелект (ШІ) як драйвер сталого розвитку «зеленої»
економіки 47

Галушак О.Я., Галушак М.П.

CRM система як елемент управління якістю на підприємстві 50

Гарбузюк В.В.

Аналіз безпекоорієнтованого управління закладами охорони
здоров'я: теоретичний базис 51

Герман К.В.

Відображення теорії потреб А. Маслоу у реалізації продукції бізнесів 54

Глинський Н.Ю., Гірна О.Б.

Партнерський маркетинг на рівні територій: випадок Львівської
агломерації 57

Гнилокурченко М.С., Кузнецова І.О.

Види конкурентних переваг в управлінні ІТ компанією 59

Грабовська І.В.

Інноваційні підходи у формуванні механізму антикризового
управління 61

Грошелева О.Г.

Аутсорсинг як інструмент забезпечення економічної безпеки
підприємства 64

Гудзь П.В., Зубко О.В., Нефьодова А.В.

Сучасні методи дослідження управління віртуальними організаціями 66

Гуменна О.В., Адамчук Р.І.	
Моделювання виробничої системи за допомогою системного підходу	68
Гуцул Д.Б., Пічик К.В.	
Вибір методології управління проектами в умовах кризової економіки	71
Дейнега І.О., Фігун А.В.	
Потенціал реалізації медичного маркетингу в умовах післявоєнної відбудови України	73
Денисюк О.Г.	
Комплаєнс як міждисциплінарне поняття: кластеризація наукового поля	75
Євтушенко О.А.	
Напрями підвищення ефективності продуктивних команд	78
Жолонко Т.В.	
Agile менеджмент як сучасний підхід до управління	79
Завербний А.С., Залізна Л.В., Псуй М.С.	
Проблеми формування системи управління постачальницькою діяльністю за умов війни та поствоєнний період	82
Зозульов О.В., Бобошко Є. М.	
Agile технологія в розробці товару підприємства	84
Іваненко В.С.	
Інноваційні парадигми управління в епоху цифрової економіки	86
Ігнат'єв І.С.	
Впровадження сучасних концепцій маркетингу для сфери протезування	89
Кисіль А.В.	
Антикризове управління маркетинговою діяльністю в умовах економічної турбулентності	91
Кононова Є.О., Храпкіна В.В.	
Адаптивні маркетингові стратегії малого бізнесу в умовах війни	93
Корольков В.В., Шумельна Н.А.	
Управління формуванням, оновленням та використанням основних виробничих фондів на підприємстві	96
Копчак Ю.С., Березанська Я.В.	
Формування парадигм розвитку менеджменту в умовах воєнного часу	98
Кузик Л.А.	
Лідерство в епоху штучного інтелекту	100
Кулиняк І.Я.	
Маніпулятивні техніки в туристичному маркетингу: вплив на вибір споживачів	103
Куций Д.В., Посилкіна О.В.	
Оцінка ефективності управління змінами в закладах охорони здоров'я в умовах впровадження цифрових технологій	105
Ліньков О.О., Лінькова О.Ю.	
Менеджмент сталого розвитку	108

Лозінська Т.Б., Посилкіна О.В.	
Удосконалення наукових підходів до класифікації теорій лідерства	110
Лялюк Д.В.	
Особливості управління командою волонтерів в онлайн середовищі	113
Масалаб О.В., Ткачова Н.П.	
Маркетинг в соціальних мережах	115
Метеленко Н.Г., Воронкова В.Г., Нікітенко В.О.	
Міжнародний досвід упровадження концепцій зеленої економіки та зеленого менеджменту для сталого розвитку	117
Микитенко В.В.	
Упорядкування механізмів просторового розвитку за полівекторною моделлю господарської системи	120
Могилова М.М.	
Галузеві особливості оцінки бізнесу ринковим підходом	122
Мороз О.М.	
Екстрена, стабілізаційна та реабілітаційна допомога: ключові напрямки благодійної діяльності в Україні	124
Ніколаєнко Є.А.	
Новітні парадигми менеджменту як стратегічний напрямок сталого економічного розвитку та стабільності підприємства в умовах військового часу	126
Онопрієнко І.М.	
Ситуаційний аналіз як складова маркетингового планування	128
Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О.	
Маркетингові стратегії як засіб управління конкурентоспроможністю підприємства	130
Перерва О.П.	
Бенчмаркінг як форма створення та розвитку конкурентних переваг підприємства	132
Пікус А.О.	
Трансформація маркетинг стратегії підприємства: перехід від 4Р до 4С як засіб підвищення конкурентоспроможності	134
Поляк К.Ю.	
Трансформації сучасного менеджменту	138
Попова О.Л.	
Розбудова зеленої архітектури САП ЄС в аграрному секторі України	139
Продіус Ю.І.	
Краудфандинг як інструмент менеджменту	142
Росоха В. В.	
Географічні зазначення та їх роль у розвитку бізнесу	144
Решетнікова О.В., Богоутдінова А.М.	
Маркетингова товарна стратегія підприємства: етапи формування та напрями розвитку	146

Савельєв М.С.	
Виклики сучасного кризового середовища: парадигма практики управління ризиками на малих та середніх підприємствах та принципів високої надійності	149
Сизоненко Я.О.	
Системний підхід до маркетингового управління діяльністю підприємства	152
Теренчук Р.В.	
Трансформація маркетингової діяльності підприємства у воєнний час	154
Трифонова О.В.	
Вплив цифрових технологій на економічне прогнозування	157
Хамініч С.Ю., Мирошниченко В.В.	
Синергія маркетингу та інформаційних технологій у трансформації соціально-економічних систем	158
Хамуда В.О., Волинець І.Г.	
Засади управління конкурентоспроможністю підприємства	161
Черних О.В., Ніконенко О.В., Капустін О.О.	
Адаптивне управління виробничим потенціалом інноваційно-орієнтованого підприємства	164
Шандрик К.В., Ковшова І.О.	
Особливості імплементації нейромаркетингового інструментарію в ювелірному бізнесі	165
Шевчук Д.Д., Романченко Н.В.	
Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства	168
Шматько Н.М., Бєлоброва А.О.	
Трансформація концепцій управління людськими ресурсами: сучасні підходи та перспективи розвитку	171

СЕКЦІЯ 2.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Бездітко О.Є., Іщенко Л.І.	
Актуальні аспекти адаптації вітчизняних підприємств до змін у зовнішньому середовищі	174
Бєспрозванна А.І.	
Трансформація маркетингових стратегій міжнародних та вітчизняних компаній в умовах війни	176
Бичкова Д.М.	
Фандрейзинг як інструмент забезпечення сталості освітніх проєктів	178
Білько О.Є., Могилова М.М.	
Розвиток ринку М&А в ІТ сфері як фактор обґрунтування стратегічних рішень підприємств	181

Богущ Л.Г.	
Стратегічний маркетинг підприємства як інструмент його економічної сталості в конкурентному середовищі	183
Брагіна О.С.	
Інноваційна стратегія як рушійна сила конкурентоспроможності підприємства в умовах екологічних обмежень	186
Василик В.С.	
Комунікаційні процеси у системі менеджменту підприємства	188
Верстяк А.В.	
Франчайзинг в Україні: сучасний стан, технологічні інновації та теоретичні підходи	190
Верстяк О.М.	
Сталий розвиток у рамках цілісного стратегічного управління на міжнародному рівні	192
Гетьман О.О., Близнюк А.О., Веретельников О.Ю.	
Структурування організації як невід'ємна частина її конкурентоспроможності	194
Дудник О.В.	
Оцінка стратегічного потенціалу підприємств АПК в умовах посткризового відновлення економіки	196
Зайдель О.І., Попко О.В.	
Маркетинговий аналіз ринку сонячної енергетики в Україні	199
Захарченко Д.Ю.	
Удосконалення операційної моделі бізнес-організації	200
Зозульов О.В., Данько К. А.	
Сучасні виклики при розробленні маркетингової стратегії підприємств авіадвигунобудівної галузі України	203
Ігнат'єв О.І.	
Формування стратегічного потенціалу ЗВО в умовах біфуркації	205
Ільїна М.В.	
Управління сталим розвитком територіальних громад	208
Кашуба І.В.	
Ресурсна стратегія успіху бізнесу на основі оцінки економічного потенціалу підприємства	210
Кебко В.В.	
Маркетингова складова розвитку зовнішньої торгівлі	212
Климентова М.В.	
Підходи до встановлення цін на наукову продукцію університету	214
Клос С.В.	
Роль маркетингових досліджень у стратегічному розвитку підприємств	216
Коверга С.В., Кулієв Р.В.	
Балансування між скороченням витрат та інноваційним розвитком: стратегічні виклики для промислових підприємств України в умовах війни та післявоєнного відновлення	218

Кожемякіна Т.В., Романченко Н.В.	
НСЗУ: роль та місце в публічному управлінні у сфері охорони здоров'я	220
Колодюк А.М.	
Ідентифікація інноваційної стратегії: особливості та типізація	223
Корольков В.В., Берестовенко Є.Д.	
Формування стратегії виходу на зарубіжні ринки для металургійного підприємства	226
Кошельок Г.В., Губанов М.С.	
Вплив грошових потоків на сталий розвиток підприємства	228
Кравченко А.О.	
Маркетинг сталого розвитку як складова стратегічного управління підприємством	230
Крохмалюк Ю.Ю.	
Управління маркетинговими процесами при виведенні на ринок нових товарів	232
Кузьо Н.Є., Попко О.С., Слінецький О.Є.	
Принципи сталого розвитку у сфері закупівель	235
Лезіна А.В.	
Застосування моделі Наоміє в рамках зміцнення економічної безпеки підприємств	237
Малиновська А.Р.	
Методичні підходи оцінки розвитку потенціалу аудиторських фірм	239
Мельник Р.В.	
Сучасні стратегії розвитку підприємства та їх інструментарій	242
Милько І.П.	
Теоретичні аспекти маркетингу інновацій підприємства	245
Муштай В.А.	
Сутність та стратегічна значущість функцій ринкової інфраструктури в задоволенні потреб споживачів	247
Нечаєва І.А., Кадігрова А.О.	
Сучасні підходи до маркетингової стратегії як інструменту антикризового управління та формування конкурентних переваг підприємства	249
Овецька О.В., Лазаренко В.В.	
Типізація стратегічних змін у газорозподільній системі України	251
Олексієнко Р.Ю., Сало Б.С.	
Стратегічний підхід до управління ризиками для досягнення сталого економічного розвитку організації	252
Омельченко О.В.	
Удосконалення кадрової політики у ТОВ «Газорозподільні мережі України» в контексті підвищення ефективності його діяльності	255

Плахотнюк Х.Я., Сидоренко О.В.	
Маркетингові стратегії (за класифікацією І. Ансоффа) та їх вплив на розвиток бізнесу	257
Поданчу Д.Д., Храпкіна В.В.	
Маркетингова стратегія розвитку малих підприємств	260
Пономарьов В.Д.	
Матрична модель економічного оцінювання діяльності промислового підприємства	262
Поплавський П.І.	
Стратегічний менеджмент і маркетинг в контексті сталого економічного розвитку	263
Рибалко Рак Л.А., Кужель Н.Л., Чугуєвець К.С.	
Процедура залучення персоналу організації до процесу розробки стратегії	265
Рокунець Н.О., Попко О.В.	
Оцінка перспектив розвитку ТзОВ «Кузнецовський хлібозавод» на основі SWOT аналізу	268
Самборська О.Ю.	
Гносеологічні засади управління бізнес процесами у забезпеченні економічної безпеки підприємства	270
Сеньковська А.В., Демчук З.О.	
Формування стратегії управління розвитком компанії	272
Сидіч М.Ю.	
Потенційний вплив нового митного кодексу на оподаткування експортних та імпорتنих операцій	275
Скутнєва А.В.	
Роль та місце стратегічного менеджменту та маркетингу в закладах охорони здоров'я	278
Соколюк К.Ю.	
Особливості маркетингу агропродовольчого та агропромислового ринків: теоретико методологічний аналіз у контексті сталого розвитку	280
Стельмащук М.О., Попко О.В.	
Оцінювання перспектив розвитку мережі DNIPRO M на основі стратегічного аналізу	283
Стець С.С.	
Роль комунікації в процесі організаційних змін	285
Сумець О.М., Співакова Н.О., Огієнко С.О.	
Опір інноваціям – ключова проблема стратегічного менеджменту вітчизняних підприємств	287
Таранченко В.В.	
Напрями поліпшення маркетингового забезпечення підприємств аграрного сектору	288

Терпіль Д.Ю. Якість управлінських рішень як основа ефективного стратегічного управління	291
Ткаченко І.П., Гуляєв В.М., Сорокіна Л.М. Стратегічний менеджмент і маркетинг в контексті сталого розвитку закладів вищої освіти в умовах воєнного стану	293
Фаранюк Н.М., Яковенко Р.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства ПРАТ «Гідросила АПМ»	296
Ходзицька В.В. Межі звітування: розкриття принципу ланцюга вартості в стандартах звітності зі сталого розвитку	297
Цапро Д.О. Розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності незалежного медіа в Україні	300
Царьов О.С., Бабій О.М. Формування вартості підприємства в умовах сталого розвитку	303
Чайковська М.П., Стоянов В.М. Відповідальний маркетинг в контексті Індустрії 5.0	304
Чернушевич Л.В. Управління конкурентоспроможністю ТОВ «Фрог»: стратегічно інноваційні напрямки	306
Чуприна С.Л. Стратегічне планування як основа управління соціальною сферою держави	309
Шедько Д.В. Особливості трансформації корпоративного управління в умовах євроінтеграції	311
Шкільний О.О. Глобальний стратегічний менеджмент в контексті сталого розвитку	313
Щеглова Є.В., Демчук З.О. Антикризова маркетингова стратегія в умовах війни: адаптація досвіду пандемії і традиційних криз	315
Яковенко Р.В., Коновальчук А.Ю. Особливості управління неформальними організаціями	317

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Андрійв П.О. Управління інноваційним потенціалом підприємств, що спеціалізуються на розробках військового призначення	319
---	-----

Близнюк А.О. Особливості інноваційної діяльності на автотранспортних підприємствах	322
Большая О.В. Інноваційні напрями управління підприємством	324
Бохонко І.В., Карий О.І. Підприємницькі наміри студентів і студенток економічних спеціальностей	326
Волошин А.В. Вплив штучного інтелекту на конкурентоспроможність країни	327
Гаврилюк О.О. Роль інноваційного менеджменту у формуванні конкурентних переваг сучасних підприємств	329
Гейко К.Є. Інноваційний розвиток залізничного транспорту: досягнення, проблеми та першочергові заходи	332
Дивак В.В., Якіна Н.О. Розвиток електронної комерції в Україні з початку повномасштабного вторгнення та її вплив на українське підприємництво	334
Дідковська Л.І. Інноваційні тренди для подолання водної кризи	336
Додон О.Д., Соколюк І.Ю. Соціальне підприємництво в аграрному секторі економіки як інноваційний напрям розвитку бізнесу на сільських територіях	338
Жежуха В.Й., Брославський В.В. Проблеми та перспективи смарт спеціалізації за умов інноваційного розвитку вітчизняних підприємств як основа економічного відновлення України	340
Zherlitsyn Dmytro SME innovation through scientific entrepreneurship hubs: model and practices insights	343
Іваненко В.В., Моголова М.М. Розвиток автомобільного ринку в умовах криз	345
Ізотова М.С. Роль державної політики у стимулюванні інноваційного розвитку бізнесу	348
Кравченко С.А. Розвиток сільськогосподарських кооперативів в умовах євроінтеграції	350
Кригульська Т.Б., Шeverдінкіна А.І. Організація процесу комерціалізації глибокотехнологічних рішень в інноваційній діяльності сучасної фірми	352
Курило Л.І., Якубовська А.Р.	

Проблеми інноваційної інфраструктури в Україні <i>Мейш М.М.</i>	354
Аналіз конкурентоспроможності консалтингової компанії <i>Мігай Н.Б.</i>	356
Основні характеристики та роль інноваційного підприємництва в умовах сучасних викликів <i>Мороз О.С.</i>	359
Інноваційна економіка як основа відновлення країни <i>Нгуєн Тан Дат, Козченко Я.В.</i>	361
Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни <i>Пасічник Ю.В.</i>	363
Інновації у забезпеченні зайнятості у сільській місцевості <i>Петренко О.П., Урсул Я.О.</i>	366
Сучасні інноваційні підходи в бізнесі як основа економічного прориву України <i>Потурнак А.С.</i>	368
Впровадження концепції сталого розвитку в діяльність Укргазбанку <i>Разумова Г.В., Полишков А.С.</i>	370
Роль інновацій у економічному відновленні України <i>Рудакова С.Г., Рудаков О.Г., Щетініна Л.В.</i>	373
Відновлення транспортної інфраструктури України: стратегічні кроки та міжнародна співпраця <i>Солодкий В.В.</i>	375
Розвиток ІТ-кластерів як передумова прискореного відновлення української економіки в післявоєнний період <i>Тельчаров Є.А., Корольков В.В.</i>	377
Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни <i>Удова Л.О.</i>	380
Розвиток біоенергетики у світі <i>Хилько І.І., Безушко О.Є.</i>	382
Імплементация ESG принципів як фактор підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств в умовах післявоєнної відбудови <i>Цапро Д.О.</i>	384
Інноваційний розвиток ринку молокопродуктів в Україні як чинник економічного відновлення аграрного підприємництва <i>Черненко О.С.</i>	386
Роль та вплив інноваційного розвитку на економічне зростання країн <i>Чернишова Л.І., Бондар К.Р.</i>	389
Роль інновацій у трансформації агросектору України в умовах кризи та післявоєнної відбудови	390

Шаломова А.О., Ігнат'єва І.А.

Технологія штучного інтелекту як рушій цифрової трансформації у сучасному суспільстві 393

Шевченко А.А., Волкова А.С.

Діагностика використання біотехнологічних розробок у тваринництві 395

Юрик Н.Є., Дикий Ю.О.

Аналіз інноваційної активності підприємств України в сучасних умовах 397

Юськів Б.М.

Креативна економіка: взаємозв'язок культурних та економічних цінностей 400

СЕКЦІЯ 4.

ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Бабіцький Р.В., Огренич Д.Ф.

Методичний базис інвестування в стартапи 404

Білявський В.М., Духно Є.С.

Інтеграція екотуризму в непрофільну діяльність авіакомпаній 406

Борисенко В.В., Чеботарьова Н.М.

Тренди цифрового лідерства: що потрібно знати управлінцям у 2030 році 407

Вареник В.М., Піскова Ж.В.

Інноваційний підхід до навчання: використання методології Scrum у міждисциплінарних кейсах 410

Волинець І.Г.

Поведінкові чинники прийняття інвестиційних рішень 412

Ганечко І.Г.

Умови залучення інвестицій в Україну 414

Гой В.К.

Тренди інноваційно-інвестиційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу 417

Голяс В.І.

Інноваційні підходи до маркетингу в страховому бізнесі 419

Дорош О.І., Афоненкова М.І.

Сучасна митно-тарифна політика США та її наслідки для України 421

Євсєєв А.С.

Складові процесу комерціалізації інновацій на промислових підприємствах 423

Захарова Н.Ю.

Підходи до управління ризиками підприємств в умовах цифрової трансформації бізнес-середовища 426

Зимогляд М.В., Білявський В.М.	
Інноваційний менеджмент: виклики та перспективи в сучасному бізнес-середовищі	428
Кільницька О.С., Варварук О.С.,	
Оцінка основних засобів сільськогосподарських підприємств України: тенденції змін та проблеми відновлення	430
Кирилюк А.В.	
Аналіз ринку безалкогольних напоїв в Україні та визначення сучасних трендів	432
Кожушко П.І., Бочко О.Ю.	
Органічна продукція як основа інноваційно-інвестиційного розвитку аграрного сектору України	434
Корольков В.В., Грепп Ю.П.	
Роль грантової діяльності в розвитку організацій	437
Кустов В.П.	
Управління ризиками біржовій діяльності у контексті інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу	438
Микитин О.З., Пліш Ю.В.	
Міжнародна політика США: чи загрожують світові нові торговельні війни?	441
Морозов В.С.	
Інноваційні технології та їх роль у формуванні ефективної стратегії управління розвитком компанії	443
Пелех О.Б.	
Синергія науки, технологій і креативності: трансформація бізнесу та індустрій	445
Петренко Д.О.	
Аспекти плану інтеграції операцій зі з'єднання ринків	448
Філіппов В.Ю.	
Грантові механізми підтримки бізнесу, що сприяють відновленню економіки	451
Хамітов Р.Р., Олійник Т.Г.	
Розвиток стартап культури в Україні: проблеми та перспективи	453
Черноусов О.І., Ткачов М.М.	
Правове забезпечення інноваційної діяльності	455
Шовкун І.А.	
Фіскальне стимулювання інвестицій бізнесу в наукові дослідження та розробки	458
Шостак Л.В.	
Тренди інноваційно інвестиційного розвитку бізнесу: аналіз еволюції бізнес моделей у сучасних умовах	460
Шубравська О.	
Адаптація до зміни клімату в сільському господарстві: передовий досвід	463

Якимчук Т.В.

Пірингове кредитування на краудфандингових платформах як різновид інвестицій

465

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Балабаш О.С., Лазебний В. О.

Кадровий потенціал української ІТ індустрії: виклики та перспективи

467

Балашова О.В.

Моделювання зв'язку оплати праці та визначальних її факторів для працівників торговельного підприємства

469

Баранець Г.В., Дудник А.В.

Сучасні тенденції розвитку кваліфікації менеджерів

472

Биба В.В., Биба М.В.

Менторство та кар'єрний коучинг у цифровій освіті: перспективи впровадження в Україні

474

Бодішова В.О., Яковенко Р.В.

Визначення компетентностей менеджера з продажу в системі управління персоналом

476

Бондарєва І.В., Hamdi El Halima

Удосконалення підходів до управління персоналом у фармацевтичній галузі

478

Борщ В. І., Данілко М. В.,

Інвестиційно-інноваційна концепція людського капіталу охорони здоров'я в умовах глобалізації

481

Бочарова Н.А., Яровий І.О.

Системний підхід та теорія вирішення винахідницьких задач в управлінні мультикультурними командами

483

Вербовська Л.С., Фастівський Г.В., Гамуляк Н.М.

Теоретичні аспекти управління проєктними командами

485

Водолажська Т.О., Дегтярьов М.С., Діхтяренко К.І.

Управління талантами потреба сьогодення

487

Вонберг Т.В., Коваленко Н.О.

Мотивація персоналу в умовах трансформації соціально економічних систем

490

Герасименко М.Е., Сидоренко О.В.

Бренд роботодавця як інструмент управління персоналом: етапи формування стратегії HR брендингу

492

Гончар Л.В., Яровий Я.К.

Оцінка управління персоналом: методи вимірювання ефективності

495

Громова О.В.	
Гнучкість управління персоналом як ефективна стратегія бізнесу майбутнього	497
Данилевич Н.С., Давидюк Т.В.	
Оцінювання персоналу як інструмент для досягнення корпоративних цілей	499
Дебела І.М.	
Інвестиційний потенціал людського капіталу в концепції ресурсного підходу до управління персоналом	501
Деркач С.О., Матукова Г.І.	
Діджитал інструменти в управлінні закладом охорони здоров'я	504
Дмитрук С.М., Бухал В. В.	
Рекрутинг персоналу в умовах цифрових трансформацій	507
Добринчук А.В., Храпкіна В.В.	
Бренд роботодавця як інструмент залучення талантів в умовах війни	509
Заславський С.Є.	
Gamification, VR/AR та штучний інтелект у HRM промислових підприємств: інноваційні підходи до управління людськими ресурсами у гібридному робочому середовищі	511
Іващенко А.В.	
Формування ефективної системи мотивації персоналу як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	514
Канєвська К.О., Ковшова І.О.	
Інноваційні методи організації віддаленої роботи креативних команд медійних компаній	516
Климова Л.І., Супрун Д.Г.	
Бренд роботодавця як ключовий інструмент залучення та утримання талантів	518
Ковальська М.Г., Кравчук О.І.,	
Корпоративна соціальна відповідальність у процесі онбордингу персоналу	521
Козлова П.В., Верховод І.С.	
Управління командами в організаціях як фактор розвитку бізнесу	524
Кокарєв І.І.	
Кадрове забезпечення конкурентоспроможності підприємств	526
Коляда Т.А.	
Правове регулювання рекрутингу та кадрової політики в сучасних умовах	528
Коновальчук А.Ю., Яковенко Р.В.	
Управління персоналом через формування ефективного колективу	530
Кочубеєва В.В., Матукова Г.І., Стрелко Г.В.	
Управління персоналом організації: виклики сьогодення	532
Кравчук О.І.	
HR дашборди у стратегічному менеджменті персоналу	535

Лазаренко Ю.О.	
Залученість персоналу та організаційна прихильність: взаємозв'язок у контексті ефективного управління людським капіталом	537
Лебідь Д.А., Ігнатська І.А.	
Проблемні питання розвитку понятійно-категоріального апарату теорії мотивації	539
Лук'янчук О.М.	
Особливості ефективного управління персоналом благодійних організацій в умовах воєнного стану	541
Максимова С.В.	
Мотивація персоналу як ключовий фактор розвитку маркетингових ініціатив компанії	543
Мордванюк А.В.	
Гнучкі організаційні структури в системі підвищення ефективності управління	546
Ноздрачов С.В.	
Крафтинг роботи (Job Crafting) як інструмент підвищення лояльності та благополуччя працівників в українських організаціях	548
Поліщук О.Ю., Сяська О.В.	
Стратегічний аналіз соціально-демографічних факторів в Україні	550
Пришва А.В., Сидоренко О.В.	
Синергія штучного та емоційного інтелекту в управлінні бізнес командами в умовах цифрової трансформації	552
Редька О.З.	
Трансформація ринку праці у машинобудуванні: виклики та можливості	554
Сазонова Т.О., Брашова Д. О.	
Управління командою в умовах кризи	556
Сенкевич М.Ю., Сазонова Т.О., Столярова А.С.	
Комунікативна компетентність менеджера як запорука його ефективної діяльності	557
Скутнєва А.В.	
Інтеграція стратегій управління персоналом в систему антикризового менеджменту закладів охорони здоров'я	559
Стефанишин О.Б.	
Аналіз та розвиток кадрового потенціалу в системі HRM: теоретико методичні аспекти	562
Сумець О.М., Гуріна В. О.	
Менеджмент формування, розвитку та використання трудових ресурсів закладів охорони здоров'я	565
Тарасенко С.І., Єхалова Л.В.	
Конфлікт як організаційна патологія та шляхи оздоровлення організації	567

Терещенко В.С., Сазонова Т.О.	
Особливості виникнення конфліктів на підприємстві в сучасних умовах	570
Тюхтенко Н.А.	
Активізація трудової діяльності персоналу як стратегія адаптивного менеджменту в умовах сучасних змін	573
Усатенко О.В.,	
Емоційний інтелект в роботі HR-менеджерів	576
Хомюк Н.Л., Савчук Ю. О.	
Підходи до формування системи мотивації персоналу підприємства	578
Черчик Л.М.	
Компетентнісний підхід до управління людськими ресурсами	580
Ющишина Л.О.	
Психологічні аспекти міжкультурної взаємодії	582
Ярмола Р.В., Сидоренко О.В.	
Впровадження досвіду японської системи управління персоналом на українських підприємствах	584
Яцюк М.М., Кужда Т.І.	
Інноваційні підходи до управління персоналом в контексті сталого економічного розвитку	587

ТОМ 2

**СЕКЦІЯ 6.
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

<i>Берчук В.В., Ющишина Л.О.</i>	
Вплив управління витратами на фінансові результати підприємства	17
<i>Врацук Кишинч К.М.</i>	
Бізнес-процеси як інструмент ефективного управління закупівлями	19
<i>Григор'єв О.Ю., Штефан А. В.В.</i>	
Оптимізація митних платежів для підприємств	21
<i>Дудник В.Ю.</i>	
Аналітичне забезпечення управління стратегією розвитку промислового комплексу в контексті процесів регіоналізації з урахуванням обліку та оподаткування	24
<i>Єфіменко А.Д.</i>	
Фактори впливу на фінансово майновий стан підприємств аграрного сектора	26
<i>Каневський С.М.</i>	
Аналіз фіскальних нормативів та облікових стандартів у системі управління фінансовими ресурсами підприємств	29
<i>Корольков В.В., Макух В.П., Корниєнко В.С.</i>	
Удосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємств та організації	32
<i>Кужелев М.О.</i>	
Вплив адміністрування податку на додану вартість на розвиток підприємницьких структур в Україні	34
<i>Леонідіс А.М.</i>	
Розвиток фінансового менеджменту: від традиційних методів до інноваційних рішень	36
<i>Метеленко Н.Г., Оглобліна В.О., Кафідова П.О.</i>	
Міжнародне фінансування підприємницьких ініціатив як фактор розвитку бізнесу	38
<i>Олійник Т.Г.</i>	
Використання сучасних інформаційних технологій у фінансовому управлінні підприємств	40
<i>Прокопшина О.В.</i>	
Методичні підходи до оцінки бізнесу	43
<i>Стецик Я.В.</i>	
Оптимізація податкової стратегії як ключ до збільшення прибутковості підприємств	45

Чернишенко О.І. Гоал-костинг як перспективна модель формування собівартості промислової продукції	47
Шевчук Я.В., Катаєва С.Б. Фінансова аналітика в цифровому середовищі як інструмент підвищення ефективності управлінських рішень	50
Шулик В.О. Фіскальна політика в контексті впливу на бізнес і формування ділового середовища	52
Яровий К.О., Башкаєв В.Г. Основні принципи облікового процесу в умовах застосування інформаційних систем на підприємстві	55

СЕКЦІЯ 7. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Бозуленко О.Я. Тренди та виклики корпоративної соціальної відповідальності у ритейлі	58
Бондарчук М.О. Вплив реклами тютюнових виробів на споживання серед молоді в Україні	60
Бублик Л.Я. Основні вимоги до закладу високої ресторанної кухні в укрітті	62
Воляник Г.М. Роль корпоративної культури у формуванні ефективних маркетингових комунікацій в індустрії гостинності	64
Гриньова М.В., Рубан О.В., Школяр С.П. Елементи системного підходу при підготовці майбутніх фахівців музичного мистецтва в інтеграційних ринкових умовах	67
Грицаєнко Ю.В. Інформаційна безпека працівника, як складова соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних загроз	69
Гуменна О.В., Щур Д.В. Еволюція ESG: роль безпеки у стійкому розвитку бізнесу в умовах глобальних загроз	73
Даниленко О.А. Комплексний підхід до формування і розвитку корпоративної культури: метрики змін та впливу	75

Климанська А.І.	
Особливості та виклики корпоративної соціальної відповідальності в умовах війни	78
Копилова В. І.	
Удосконалення системи мотивації персоналу в умовах воєнного стану	80
Кухарук Б.О.	
Міжнародний досвід впровадження інклюзивних бізнес стратегій на малих та середніх підприємствах	83
Коновальчук А.Ю., Яковенко Р.В.	
Інституціональне забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в Україні	85
Левицький В.В.	
Особливості взаємодії корпоративної культури та стратегічного менеджменту підприємства в умовах трансформацій	87
Леонтенко О.М.	
Соціальна відповідальність бізнесу у кризових умовах	90
Маланюк Р.Б.	
Вплив корпоративної культури на успішність впровадження інновацій	92
Орехівський В.С, Кравчук О.І.	
Інтеграція цифрових HR технологій у систему корпоративної культури компанії	94
Перов А.Ю.	
Маркетингові інструменти просування соціального продукту у волонтерській діяльності	987
Петровська О.М.	
Формування системи корпоративних цінностей як ресурс соціально-відповідального бізнесу	99
Романюк А.О., Волинець І.Г.	
Соціальні проекти як ефективний інструмент PR технологій в системі маркетингового менеджменту підприємства	101
Сазонова Т.О., Авраменко В.Р., Рахбарі С.	
Соціальна відповідальність керівника в сучасних умовах	104
Свинаренко Т.І.	
Соціальна відповідальність бізнесу як умова його сталого розвитку та конкурентоздатності	106
Сорока О.В.	
Інклюзивна культура сучасної організації	108
Сороківська О.А., Шведа Т.Р.	
Корпоративна культура організації	110
Стаднійчук Р.	
Методи оцінки глибини соціального конфлікту	113

Уразгільдєєва К.В.	
Маркетинг неприбуткових організацій: виклики та ефективність інструментів на прикладі проєкту Girl Power Ukraine	116
Федотова І.В., Пучков О.О., Холодков Є.М.	
Вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування корпоративної культури підприємства	118
Швидун А.О.	
Зростання ролі інклюзивності як соціальної складової ESG стратегії українських компаній	121
Шепель М.Є., Балан О.С., Бурлака В.В.	
Мовленнєвий етикет як складова корпоративної культури державних службовців	124
Яковенко Р.В., Андрющенко Д.В.	
Засоби корпоративної соціальної відповідальності як інструмент обмеження опору змінам	126

СЕКЦІЯ 8. ЛОГІСТИЧНИЙ ТА ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ІНСТРУМЕНТАРІЙ СУЧАСНОСТІ

Байло А.Є.	
Впровадження Lean менеджменту в будівельній сфері: аналіз, перспективи та рекомендації	128
Баран М.М.	
Проблеми та виклики публічного управління в розвитку європейської автомобільної логістики	130
Болдирєва Л.М.	
Ризик-менеджмент у логістичних операціях як інструмент підвищення ефективності управління	133
Будзін Д.В.	
Проектний менеджмент у ресторанній справі: інструменти та стратегії адаптації до викликів сучасності	135
Галюк І.Б., Єжак Ф.Ф.	
Зелена логістика у будівництві	138
Деренська Я.М.	
Моделі пріоритизації зацікавлених сторін проєкту	140
Завербний А.С., Гадик В.О.	
Впровадження Scrum підходів для управління маркетинговими проєктами	143
Кобилінський О.Ю., Літвінова В. О.	
Логістичні системи як незамінний інструмент в управлінні торгівельними підприємствами	145

Кобцев С.В.	
Вплив діяльності ТОВ «Нова Пошта» на розвиток ринку поштових перевезень України	147
Коверга С.В., Дрига О.А.	
Адаптивні бізнес-моделі для промислових підприємств: забезпечення стійкості ланцюгів постачання	152
Краснощок В.В.	
Цифрова трансформація маркетингу АПК України: подолання логістичних викликів	154
Курадовець Ю.В.	
Електронна комерція та логістика останньої милі: виклики та рішення	157
Муратов В.М.	
Управління ризиками цифрового продукту	160
Продіус Ю.І., Герич Р.В.	
Вплив воєнного стану на імпорتنі процеси в Україні	162
Сумець О.М., Сілаєва К.В., Слащов Д.С.	
Зони впливу логістичного менеджменту на логістичну діяльність виробничого підприємства	164
Ткачук В.С.	
Інструменти сучасного логістичного менеджменту в експорті українського меду	167
Трушкіна Н.В., Храпкіна В.В., Шкригун Ю.О.	
Платформізація як сучасний інструмент логістичного менеджменту компаній в умовах цифрових трансформацій	169
Федорук Я.Г.	
Цифровізація логістичних процесів: блокчейн, IoT та аналітика великих даних	172
Хилько І.І., Садовець А.Ю.	
Моделювання та прогнозування процесів у логістиці	174
Чала Н.Д.	
Можливості інтеграції українських кластерів у виробничі ланцюги країн ЄС	176
Чаплінський Ю.Б., Чаплінська К.Ю.	
Основні КРІ показники оцінки впровадження ESG принципів в логістиці	178
Якимішин Л.Я., Фалович В.А.	
Зелена логістика як ключовий вектор сталого розвитку підприємств	181

СЕКЦІЯ 9. DIGITAL-МАРКЕТИНГ: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

Бабенко Ж.В.

Сучасні тренди digital маркетингу інформаційних продуктів та послуг 184

Базака Р.В.

Нативна реклама як ефективний інструмент сучасного цифрового маркетингу 186

Білик І.І., Церковнюк О.Е.

Цифровізація економіки як ключовий фактор розвитку ІТ компаній 188

Бородулін Б.О., Решетнікова О.В.

Ефективність використання соціальних мереж у маркетинговій комунікації підприємств 190

Галущенко А.Є., Козченко Я.В.

Тенденції розвитку рекламного ринку України 192

Горбань С.Ф.

Цифровий маркетинг: очікування та реальність 195

Григор Е.А., Волошин А.В.

Виклики визначення каналів та інструментів digital-маркетингу 198

Демченко К.О.

Особливості використання маркетингових стратегій у діяльності неприбуткових організацій 200

Денисенко З.А.

LinkedIn як інструмент інтернет маркетингу у B2B комунікаціях: поетапна стратегія залучення лідів 202

Жарінова Н.П.

Сучасні тенденції використання соціальних мереж як основного каналу формування бренду 205

Жолуденко Т.І.

Глобалізація та локалізація: адаптація маркетингових стратегій у фармацевтичному секторі 207

Засухіна Д.В.

Роль інфлюєнс маркетингу у сучасній маркетинговій стратегії 211

Зінченко А.К.

Вплив діджиталізації на розвиток освітніх програм з маркетингу: сьогодення та перспективи 212

Камінський Д.В.

Відеоконтент у соціальних мережах як інструмент маркетингової комунікації 216

Карімов Г.І., Булай О.Ю.

Цифровий маркетинг у Beauty сфері 218

Король К.О.

Розробка і реалізація маркетингової стратегії онлайн школи 220

Крук В.О.	
Вплив цифрових технологій на зміну поведінки споживачів у маркетингу	222
Лучинський М.В., Косенко О.П.	
Соціальні мережі як сфера просування на ринок товарів виробничого призначення	224
Ніколаєнко Є.О., Козченко Я. В.	
Особливості стратегій контент маркетингу в соціальних мережах	227
Панченко М.О.	
Сенсорний маркетинг: дослідження впливу емоцій на споживачів	229
Петренко О.В.	
Вплив автоматизованих інструментів на ефективність реклами в електронній комерції	232
Прокопець І.О.	
Актуальні інструменти Account Based маркетингу в корпоративному сегменті бізнесу	234
Решетнікова О.В.	
Генеративний контент як інструмент маркетингу в соціальних мережах	236
Романік В.А., Волошин А.В.	
Стратегії діджитал-маркетингу	238
Рудзінська А.А.	
Роль омніканального маркетингу в цифровій трансформації бізнесу: виклики та можливості	241
Синельник В.В., Демчук З.О.	
Digital маркетинг: тренди розвитку в інфлюєнс-маркетингу	244
Стецюк А.С.	
Мобільний додаток як ефективний інструмент інтернет-маркетингу	246
Струтинська С.А.	
Тренди стратегічного B2B маркетингу в соціальних мережах	248
Таптунов В.О.	
Управління автоматизації маркетингових процесів для підвищення продажів	250
Тивончук П.В., Попко О.В.	
Роль штучного інтелекту в автоматизації маркетингу IT продуктів	253
Ходаківська Ю.В.	
Маркетинг у соціальних мережах: стратегії залучення клієнтів	254
Шевчук А.О.	
Digital маркетинг в епоху автоматизації: аналітика, технології та стратегічна ефективність в умовах високої конкуренції	256
Шкорина І.І.	
Цифровий маркетинг у логістиці: адаптація до глобальних змін	259

СЕКЦІЯ 10. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА БРЕНДИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВИХ СУБ'ЄКТІВ

Брагінець Д.Р., Гуменна О.В.	
Фундаментальний зв'язок довіри та щирості у побудові особистого бренду	263
Городілова А.Є.	
Трансформація ролі ритейлерів в умовах переходу до бренд орієнтованих екосистем маркетингу: від посередника до партнера	265
Гретчак Н.Б.	
Особливості розробки маркетингових стратегій для B2B компаній у сфері ІТ	268
Гриджук І.А., Артемчук Є.О.	
Розвиток маркетингових стратегій: від «зеленого» брендингу до екосвідомого споживання	270
Деревинська Є.Ю., Сербенівська А.Ю.	
Роль маркетингової стратегії у діяльності громадської організації	272
Джигун Н.І.	
Бренд стратегія для підприємства: особливості розробки та провадження	275
Дуб М.Г., Лапчук Я.С.	
Інтеграція традиційних і цифрових інструментів маркетингових комунікацій підприємств	277
Зібарєва О.Ю., Біловодська О.А.	
Соціальні фактори впливу на рішення споживачів про купівлю	278
Каневська І.М.	
Маркетингові комунікації як інструмент просування освітніх послуг в умовах цифрової трансформації	280
Кочкіна Н.Ю., Кацюба С.М.	
Від маніпуляції до мобілізації: дискурсивний рефреймінг української реклами у воєнний час	283
Клімов М.В.	
Особливості маркетингу освітніх послуг	285
Козар Т.В., Крикавський В.Є.	
Формування репутації підприємства за допомогою digital інструментів	288
Косенко С.А., Ткачова Н.П.	
Маркетинг на різних стадіях життєвого циклу товару	289
Косенко Є.А., Перерва П.Г.	
Формування стратегії маркетингу на малому підприємстві	291
Крагель О.В., Гриджук І.А.	
Ключові маркетингові виклики компаній під час виходу на ринок США	294

Краснопольська Т.Є., Посилкіна О.В.	
Переваги упровадження маркетингового управління діяльністю закладів охорони здоров'я	297
Кузьмак О.І.	
Галузевий маркетинг у часи трансформації: моделі поведінки, культурні відмінності та цифрові тренди	299
Луковина А.А.	
Особливості ринку біологічно активних добавок України	302
Луциків І.В.	
Брендинг: актуальні тенденції та ключові виклики сучасності	304
Косенко О.П., Лялько К.А.	
Дослідження стратегій управління брендами	306
Марошник Т.О.	
Бренд університету: методи формування	308
Ольховський В.М., Ольховська А.Б.	
Digital інструменти маркетингових комунікацій у просуванні рослинного ферментного комплексу на фармацевтичному ринку України	310
П'явка Н.О., Моголова М.М.	
Бренд як об'єкт оцінки	312
Садовська А.О.	
Формування іміджу бренду культурних заходів у сучасному суспільстві	315
Систренський В.В., Храпкіна В.В.	
Системний підхід до формування бренду держави	317
Стольніцька А.І., Волошин А.В.	
Взаємодія бренду та перформанс маркетингу в умовах цифрової трансформації бізнесу	319
Тимоцько Р.С., Фігун Н.В.	
Маркетинговий аутсорсинг як стратегічна альтернатива in-house відділам: аналіз ефективності та перспективи розвитку	322
Ткаченко М.В.	
Проблематика впровадження маркетингових стратегій малими підприємствами України	325
Томашков С.Б., Вершкова А.В.	
Маркетингові стратегії просування товарів в умовах змін митного регулювання	327
Хмарська І.А.	
Проблемні питання та сучасне бачення використання підприємствами комплексу маркетингових комунікацій	329
Чабіна О.А.	
Значення бренду для стартапу як фактор подальшого зростання	332

СЕКЦІЯ 11

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Абкадирова Н.Р.	
Використання лідогенерації у маркетингу післяпродажного обслуговування	334
Бегун С.І.	
Цифрові інструменти для забезпечення ефективного функціонування бізнесу в умовах сучасних викликів	337
Беженар І.М.	
Маркетинг аграрної продукції в умовах цифрової трансформації	339
Білявська Ю.В., Городнича Д.В.	
Управління персоналом підприємства в епоху цифровізації	342
Бовт Н.О.	
Вплив цифрової трансформації управлінських методів та технологій на ефективність управлінських процесів	344
Борисова С.Є., Крук О.М.	
Роль стейблкоїнів та цифрових активів у глобальній торгівлі	347
Бортнікова М.Г., Малиновська Ю.Б.	
Інтеграція інструментів штучного інтелекту в управління проектами	349
Бурашнікова О.С.	
Особливості оподаткування в розвинених країнах Азії: порівняльний аналіз	351
Валуйський Я.М.	
Маркетингові підходи до розробки програмних рішень для бізнесу: пошук відповідності продукту ринку	354
Вальковець А.С.	
Штучний інтелект у бізнесі: від чат ботів до прогнозування попиту	356
Вовчанська О.М., Іванова Л.О., Шамов А.О.	
Великі дані та аналітика як інноваційні інструменти цифрового маркетингу	359
Волобоєв В.Д.	
Data-driven підхід в системі digital-менеджменту організацій	362
Гонтарук В.В.	
Сучасні цифрові платформи в електронній комерції: тенденції та виклики	364
Деркач С.О., Матукова Г.І.	
Діджитал інструменти в управлінні закладом охорони здоров'я	366
Жосан Г.В., Гарафонова О.І.	
Цифрова компетентність персоналу як рушійна сила успішного управління змінами на підприємстві	369

Загороднюк Є.В.	
Напрями моніторингу економічної ефективності цифрової трансформації суб'єкта господарювання	372
Зуган С. С.	
Цифровізація в управлінні антикризовою діяльністю підприємства	374
Калашнікова А.М.,	
Формування маркетингової цінової політики підприємства в умовах діджиталізації	376
Калинович І.В., Ковтуненко Ю.В.	
Стейблкоїни як інструмент ефективного функціонування бізнесу в Україні	378
Карпенко Ю.В., Копилець А.В.	
Цифрова трансформація онбордингу персоналу	380
Клименко Н.А., Голота В.С.	
Вплив трансформації освіти на ефективність розвитку цифрової економіки України	383
Корнага О.І.	
Інституційна та кадрова спроможність цифрової трансформації у стратегічному управлінні регіональним розвитком	386
Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Ярчак О.О.	
Цифрові канали у формуванні відносин невеликих комерційних банків з клієнтами	389
Кочкодан В.Б.	
Впровадження штучного інтелекту при розробці та експлуатації нафтогазових родовищ	393
Крамський С.О.	
Вектори розвитку електронного урядування у публічному вимірі в умовах турбулентності	394
Кривобок К.В., Канова О.А.	
Сучасні аспекти організації збутової діяльності в умовах цифровізації суспільства	395
Кучмійова Т.С., Тетянік Д.О.	
Особливості ведення електронної звітності в М.Е.Дос у сільськогосподарських підприємствах	398
Літвінов А.О.	
Цифрові інструменти в контексті реформування податкової системи України	399
Лойко В.В., Овсяннікова П.О.	
Вплив зміни пріоритетів споживачів на бізнес моделі і диверсифікацію каналів комунікації ЗМІ	402
Лях С.М.	
Використання М-commerce як один з інструментів адаптивного розвитку підприємств торгівлі	404

Мінакова Є.А.	
Вплив штучного інтелекту на професію бухгалтера	406
Паршин Ю.І.	
Роль цифровізації у сприянні сталому розвитку галузей національного господарства	409
Пилипенко О.В.	
Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом застосування цифрових інструментів	410
Пономарьов О.В., Поліщук О.В.	
Тенденції цифровізації в адміністративному менеджменті: виклики та перспективи	414
Радинська С.С., Юрик Ю.І.	
Основні етапи цифрової трансформації в економіці України	418
Радинський С.В., Радинська С.С.	
Використання цифрових інструментів у підприємстві	420
Савенко М.Т.	
Rozetka для продавців: як промоактивності допомагають збільшити кількість замовлень та залучити клієнтів	422
Свірска С.О.	
Цифрові інструменти при управлінні активами будівельної організації	425
Стегній К.Р.	
Адаптація стратегій програматик реклами в умовах посилення регулювання конфіденційності даних	427
Тарасенко П.О., Храпкіна В.В.	
Оцінка ефективності маркетингу в соціальних мережах як інструменту розвитку бізнесу	430
Тодошук А.В., Ясінська Ю.А.	
Сучасні перспективи та виклики цифровізації митних процедур	434
Трухачова К.В.	
Цифрові інструменти результативного функціонування готельного бізнесу	436
Тугай В.	
Штучний інтелект як основа адаптивного управління підприємством в умовах цифрової трансформації	439
Урбанський М.В., Янковой Р.В.	
Цифрове лідерство як ключовий чинник стратегічного управління діджиталізацією підприємства	442
Феденко Д.О.	
Візуальні конфігуратори в бухгалтерському обліку: інноваційний інструмент управління фінансами та стратегічного розвитку бізнесу	445

Цвілий С.М.	447
Штучний інтелект в туристичному маркетингу	
Шепель І.В.	
Цифрова трансформація бізнесу: електронний документообіг як основа ефективності	450
Шуплат О.М.	
Фінтех-тренди та їх вплив на фінансовий сектор	452
Юрчук Н.П.	
Порівняльний аналіз систем бізнес аналітики	455
Яцкевич І.В.	
Цифрові технології як драйвер сталого розвитку	457

Список використаних джерел:

1. Глушко Т.В. Зарубіжний досвід розвитку компетентнісного підходу в системі HR- інжинірингу. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 107-111.
2. Орлів М.С. Запровадження компетентнісно-орієнтованого управління людськими ресурсами на державній службі. *Аспекти публічного управління*. 2017. Т. 5. № 8-9. С. 36-46. DOI: <https://doi.org/10.15421/15201726>
3. Пашико Л. А. Запровадження профілів професійної компетентності посад як механізм реалізації людино-центричного підходу на державній службі. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2014. № 2. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2014_2/20.pdf
4. Продан І. Підхід до розроблення моделі управління персоналом за компетенціями. *Наука молода*. 2011. № 15–16. С.82- 87. URL: [Продан.pdf](#)
5. Черчик Л., Матюшко Ю. Управління людськими ресурсами закладів охорони здоров'я. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. 3 (39). С. 101-108. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-03-101-108>

УДК 378.4

Ющишина Л. О.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Психологічна готовність до співпраці з представниками інших культур є важливою складовою професійної ефективності сучасного фахівця незалежно від сфери діяльності. Успішна міжкультурна взаємодія вимагає розвитку емпатії, толерантності до невизначеності, рефлексії власних культурних установок та готовності до діалогу. Культурні відмінності впливають на процес спілкування, сприйняття інформації та формування міжособистісних відносин у мультикультурному середовищі.

Психологічні аспекти є критично важливими для запобігання конфліктам, побудови довіри й досягнення порозуміння між людьми з різним культурним бекграундом. Саме тому розвиток міжкультурної компетентності вважається однією з ключових навичок сьогодення. Успішна міжкультурна взаємодія вимагає не лише знання мови, а й розуміння «мови культури» – контексту, норм, очікувань. Це формує основу міжкультурної компетентності як психологічної здатності до адаптації. Урахування контекстуальних особливостей культури – це не просто комунікативна техніка, а глибоко психологічний процес, що потребує

чутливості до емоцій інших, вимагає уважності, культурної самосвідомості та готовності до внутрішньої гнучкості. Урахування контекстуальних особливостей культури дозволяє зменшити комунікативні бар'єри, підвищити якість взаєморозуміння та сприяє формуванню ефективного міжкультурного середовища. Це особливо актуально в умовах глобалізованого світу, де ефективна взаємодія з людьми з різним культурним досвідом стає ключем до успіху в будь-якій сфері.

Потужний аналітичний інструмент для вивчення психологічних аспектів міжкультурної взаємодії надає теорія Холла. Едвард Т. Холл, один із основоположників теорії міжкультурної комунікації, у своїй книзі «За межами культури» (*Beyond Culture*, 1976) розглядає важливу роль контексту в процесі міжкультурної взаємодії [1]. Він наголошує, що основні труднощі у спілкуванні між культурами виникають не через мовні бар'єри чи символи, а через різне сприйняття і використання контексту, а також висловлює занепокоєння щодо тенденції надмірно покладатися на зовнішні ресурси, нехтуючи розвитком внутрішніх комунікативних навичок і поведінкових стратегій.

Основні ідеї Е. Холла щодо контексту в міжкультурній комунікації полягають в тому, що він поділяє культури на дві основні групи, залежно від того, яку важливу роль відіграє контекст у комунікації: культури з високим і низьким контекстом.

Для культур з високим контекстом (Японія, Китай, арабські країни) характерним є те, що інформація в таких культурах передається не тільки через слова, а й через невербальні сигнали, ситуацію, підсвідомі знаки. Для ефективного спілкування необхідно розуміти культурний фон, соціальні норми та традиції. У цих культурах значення часто закодоване в підсвідомих сигналах і має метафоричний характер. Стосунки між людьми важливіші за слова, і часто акцент робиться на збереженні гармонії та визнання статусу.

У культурах з низьким контекстом (США, Німеччина, скандинавські країни) основна інформація передається через чіткі та прямі повідомлення, де роль контексту є мінімальною. Тут важлива прямота, чіткість і прозорість у передачі інформації.

Модель Г. Хофстеде враховує психологічні аспекти культурних відмінностей через такі виміри, як дистанція влади, визначає ставлення до авторитету та нерівності, впливаючи на психологічний комфорт у відносинах. Індивідуалізм проти колективізму формує різні психологічні потреби в автономії чи груповій підтримці. Маскулінність і фемінність відображають орієнтацію на амбіції або співпрацю, що впливає на психологічне ставлення до досягнень. Уникання невизначеності визначає рівень комфорту в ситуаціях ризику. Довгострокова та короткострокова орієнтація впливають на психологічну

стійкість та терпіння, а індульгенція проти стриманості – на здатність задовольняти особисті бажання чи контролювати їх [2].

Важливим інструментом у вивченні психологічних аспектів міжкультурної взаємодії є також модель Фонса Тромпенаарса, оскільки дозволяє аналізувати, як культурні відмінності впливають на сприйняття, поведінку та комунікацію людей з різних країн. Вона включає сім вимірів, серед яких: ставлення до правил і стосунків, індивідуалізм чи колективізм, вираження емоцій, межа між особистим і професійним, джерело статусу, сприйняття часу та контроль над середовищем [3]. Розуміння цих параметрів сприяє ефективнішій міжкультурній комунікації, запобіганню конфліктів і розвитку міжособистісної толерантності.

Отже, психологічна готовність до міжкультурної взаємодії є важливою складовою професійної ефективності, оскільки вона впливає на комунікацію, сприйняття інформації та формування відносин у мультикультурному середовищі. Теорії Холла, Хофстеде та Тромпенаарса пропонують різні інструменти для аналізу культурних відмінностей, що допомагає краще розуміти психологічні аспекти міжкультурної комунікації, долати культурні бар'єри, уникати непорозумінь та досягати успіху у міжкультурних взаємодіях, що є особливо важливим у глобалізованому світі.

Список використаних джерел

1. Hall E. T. *Beyond culture*. 1976. URL : <https://surl.lu/kuvpna>
2. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2001. 596 p.
3. Smith P. B., Dugan S., Trompenaars F. *National culture and the values of organizational employees: A dimensional analysis across 43 nations*. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1996. 27(2). P. 231–264.

УДК 331.108:65.015

Ярмола Р.В.,

здобувач вищої освіти,

науковий керівник: **Сидоренко О.В.,**

доктор економічних наук, професор,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСВІДУ ЯПОНСЬКОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Японська система управління персоналом (HRM) є визнаним у світі прикладом ефективного менеджменту, який забезпечує високу продуктивність