



# ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

*МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ*

**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ  
ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ  
УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ,  
ФІНАНСОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ  
АСПЕКТИ»**

*4-5 БЕРЕЗНЯ 2024 РОКУ, М. КИЇВ, УКРАЇНА*



КИЇВ – 2024



**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**  
Міжнародної науково-практичної конференції  
**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ  
ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА  
УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ»**  
(4-5 березня 2024 року, м. Київ, Україна)

**COLLECTION OF MATERIALS**  
of International scientific and practical conference  
**"THE SCIENTIFIC DIMENSION OF UNDERSTANDING AND  
RESEARCH OPTIMAL MODELS OF THE DEVELOPMENT OF  
UKRAINE: MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL AND  
MANAGEMENT ASPECTS"**  
(March 4-5, 2024, Kyiv, Ukraine)

Kyiv – 2024

УДК 08:[336.338+658.659] (477)  
DOI:

**НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ** : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 04-05 березня 2024 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, Вид-во АПСВТ, 2024. 321 с.

Викладено матеріали доповідей учасників конференції, в яких розглянуто проблематику маркетингових, економічних, фінансових та управлінських пошукових моделей майбутнього розвитку України.

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

*Рекомендовано Вченою радою Академії праці, соціальних відносин та туризму  
(протокол № 8 від 02.04.2024 р.)*

#### **Редакційна колегія**

Чорнодід І.С. - доктор економічних наук, професор, проректор з навчально-педагогічної роботи АПСВТ (*голова редколегії*)

Писаренко Н.В. - кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ (*відповідальний секретар редколегії*)

Кашина Г.С. - доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри інтелектуальних систем та цифрових технологій АПСВТ

Василець Н.М. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства та менеджменту АПСВТ

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

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

Ткаченко Я.С. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів АПСВТ

Шолудченко С.В. - кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму АПСВТ

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори  
Матеріали друкуються мовами оригіналу: українська, англійська

## ЗМІСТ

### **СЕКЦІЯ 1. Соціально-економічні важелі забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах становлення інноваційної парадигми розвитку**

<i>Маренич Т.Г.</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	17
<i>Алексєєнко Л. М.</i> НОВІТНІ ТРЕНДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗБАР'ЄРНОСТІ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	19
<i>Старченко Г. В., Дука А. П.</i> ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ	20
<i>Лециій Л.А., Бєлоус Н.Д.</i> ESG-ЗВІТНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	22
<i>Тарасєнко О.С.</i> ВПЛИВ РЕЙТИНГУ ЗВО У WEBOMETRICS RANKING OF WORLD UNIVERSITIES НА ВИБІР АБИТУРІЄНТІВ ПІД ЧАС ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ	23
<i>Левицький В.В.</i> КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	25
<i>Олійник Н.М., Осадча Т.Ю.</i> ВПЛИВ КОНКУРЕНЦІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	27
<i>Ходзицька В.</i> КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ОБОВ'ЯЗКИ ОРГАНІЗАЦІЙ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	29
<i>Пузирьова П.В., Шацька З.Я., Ряска М.В.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА ОСНОВА	30
<i>Воронько-Невіднича Т.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	32



<b>Сташко М.А., Кузуб М.В.</b> БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК У ТУРИСТИЧНІ ДІЯЛЬНОСТІ: ТУРИСТИЧНІ ОПЕРАТОРИ vs ТУРИСТИЧНІ АГЕНТИ	33
<b>Собчишин В. М., Ловушко А. Р.</b> МОЖЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	36
<b>Помаз О.М., Фесенко О.М.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	37
<b>Соловей І.С.</b> ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	38
<b>Помаз О.М., Поросінін А.Т.</b> ОСОБЛИВОСТІ КОМАНДНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ	40
<b>Літвін О.Г., Ісамбаєва В.І.</b> СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В КОНДИТЕРСЬКІЙ ГАЛУЗІ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЛІДЕРСТВА НА РИНКУ	42
<b>Більдюкевич О.В.</b> ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА З ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОВІТРЯНИХ СУДЕН	45
<b>Шацька З.Я., Ряска М.В.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ В ПІСЛЯВОЄННИХ УМОВАХ УКРАЇНИ	46
<b>Литвишко Л.О., Фастовець В.Р., Заяць К.М.</b> АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ФОРМУВАННІ БІЗНЕС- СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ	48
<b>Рудник Д.В.</b> ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	52
<b>Маршавін Д.Ю.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ВАЛЮТНО-КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК МОНЕТАРНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	54

**Єлфімов О.О.**

ОПТИМАЛЬНІ ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ  
 НЕРУХОМОСТІ У ВОЄННИЙ ТА ПОВОЄННИЙ ЧАС

56

**Кірієнко А.М.**

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ СИСТЕМ  
 ЦЕНТРАЛІЗОВАНОГО ТЕПЛОПОСТАЧАВАННЯ ЯК ОСНОВНИЙ СПОСІБ  
 СКОРОЧЕННЯ ВИТРАТ ПАЛИВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

59

**Мудрак В.В.**

ЦИФРОВІ РОБОЧІ МІСЦЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ  
 ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

61

**Гаценко О.О.**

АСПЕКТИ І РОЛЬ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ТА  
 МОДЕЛЕЙ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ  
 СУЧАСНОГО РИНКУ

62

**Осадчук О.В.**

АНАЛІЗ БАЗОВИХ ТЕОРІЙ МОТИВАЦІЇ: МОЖЛИВІСТЬ ЇХ  
 ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

63

**Шумілін А.О.**

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ У РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ

66

**Багаліка Т.О.**

КООПЕРАЦІЯ ЯК СПІВПРАЦЯ ВСІХ ГАЛУЗЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ  
 ЕКОНОМІКИ

67

**Яременко О.О.**

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ  
 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В  
 КОМУНАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

69

## **СЕКЦІЯ 2. Сучасні тенденції інноваційного розвитку в контексті забезпечення фінансової та економічної безпеки**

**Levkovets N.P.**

DIRECTIONS OF ENSURING THE FINANCIAL SECURITY OF  
 INSURANCE COMPANIES

72

**Matsuka V.**

DIGITAL TECHNOLOGIES OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT

73

**Мироненко М.А., Король Р.М., Рябець М.А.**

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ НАУКОВО-  
 ДОСЛІДНОЇ УСТАНОВИ ЗА ПІДСУМКАМИ 2023 РОКУ

75

<b>Писаренко Н.В., Михайлов Я.Л.</b> ВІДНОВЛЕННЯ МІСТ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ: ДІДЖИТАЛ ТРАНСФОРМАЦІЯ, СМАРТ-ІНФРАСТРУКТУРА, КІБЕРБЕЗПЕКА	77
<b>Гора А.В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	80
<b>Філяєв М.В.</b> КІБЕРБЕЗПЕКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	82
<b>Коваленко Н.О.</b> НАПРЯМКИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	84
<b>Кучеренко С.Ю., Леваєва Л.Ю.</b> ВПЛИВ ФАКТОРІВ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	86
<b>Маліновська О.Я., Хомка Д.Н.</b> ПЕРЕВАГИ СОЦІАНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	88
<b>Буткевич О.В.</b> КІБЕРБЕЗПЕКА БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	89
<b>Коваль О.В.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ШЛЯХ В МАЙБУТНЄ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	92
<b>Чурилович В.А.</b> ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	93
<b>Чурилович О.А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІЇ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО ЧАСУ	95
<b>Сич В.О.</b> КОНЦЕПЦІЯ МИСЛЕННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ	97
<b>Котенко О.В.</b> АКТУАЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: СУЧАСНИЙ АСПЕКТ	99

*Воронюк І.Л.*

УПРАВЛІННЯ СТРЕСОМ ПРАЦІВНИКІВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

101

**СЕКЦІЯ 3. Новітні підходи до забезпечення ефективності функціонування комерційної діяльності, фінансів, торгівлі та сфери послуг**

*Радіонова Н.Й.*

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА ЯКІСТЮ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

104

*Кашина А.С., Махортов Ю., Макієвський О.І.*

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИКИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ЛАНЦЮЖКА ПОСТАВОК

106

*Гринюк Н. А.*

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ В КООПЕРАТИВНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

108

*Писаренко Н.В., Ткаченко Я. С., Шолудченко С.В.*

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК ЄС: ФІНАНСОВО-МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ

110

*Наумова Т.А., Акімова Н.С.*

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ДОСТАВКИ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

113

*Ліпський Р. В.*

Полтавський державний аграрний університет, Полтава, Україна  
СПЕЦИФІКА ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ОБЛІК

115

*Науменко Н.С.*

РІТЕЙЛ УКРАЇНИ В ПЕРШОМУ РІК ПОВНОМАШТАБНОЇ ВІЙНИ

117

*Тютюнник С.В., Клиша О.О.*

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

121

*Gornostaev O., Kovalenko N.*

THE LATEST APPROACHES TO ENSURING THE MANAGEMENT OF AN AVIATION COMPANY

123

*Andriushchenko M., Kovalenko N.*

THE LATEST APPROACHES TO PROVIDING AND MANAGEMENT OF AIRPORT ACTIVITIES

125

*Котенко А.В.*



ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДИСТРИБУЦІЇ У ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	127
<i>Кучеренко О. М., Розовик О. Г.</i> ЕКСПОРТ ТОВАРІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	129
<i>Грищенко С.І.</i> МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	131
<i>Кучеренко С.Ю., Леваєва Л.Ю.</i> ВПЛИВ ФАКТОРІВ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	134
<i>Уманська Ю., Громоздова Л.В.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ОСВІТНІМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОСТУПУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ ВИЩОЇ ОСВІТИ	135
<i>Літвін О.Г., Вільбіцька І.Ю.</i> НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ	137
<i>Савкін І.В.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ	139
<i>Чурилович В. А.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ВОДОКОРИСТУВАННЯ	142
<i>Петренко Є.В.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПРОДАЖУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ПЕРЕВАГИ У ПОРІВНЯННІ З ТРАДИЦІЙНИМИ КАНАЛАМИ ЗБУТУ	146
<i>Сабатович Н.Д., Тимошенко Т.О.</i> БРЕНДИ ТЕРИТОРІЇ ЯК ОСНОВА ПРОСУВАННЯ РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ)"	148
<i>Сєров В.В.</i> ІНВЕСТИЦІЙНА ОСНОВА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	152
<i>Яцюк О.С.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА-БОРЖНИКА ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕДУРИ АВТОСАНАЦІЇ	154

<i>Лаврентьєва В. О., Мацука В.В.</i> СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ У ТОРГІВЛІ	155
---	-----

#### **СЕКЦІЯ 4. Маркетингові дослідження в умовах глобальної діджиталізації**

<i>Корчинська О.А.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ: ВІТЧИЗНЯНІ ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ	158
---	-----

<i>Головніна О.Г., Кальковська І.О.</i> АГРАРНИЙ СЕКТОР В УМОВАХ ВІЙНИ	160
---	-----

<i>Шолудченко С.В.</i> НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ	161
---	-----

<i>Стенічева І., Артеменко А.</i> МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ФОРМАТУ УКРАЇНА-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	162
--	-----

<i>Головчук Ю.О., Шаповалова А.А.</i> РЕВОЛЮЦІЯ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ЕПОХИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	164
--	-----

<i>Дибчук Л.В.</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА МАРКЕТИНГУ ПІД ЧАС ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТА ВПЛИВ НА СПОЖИВАЧІВ	166
---	-----

<i>Колесніков А.В.</i> РИНОК КВІТКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	168
--	-----

<i>Ляшенко Ю.В.</i> СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ	169
--	-----

<i>Пантелєєв М.А.</i> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	171
---	-----

<i>Базарна О.В., Рвач А., Громоздов В.В.</i> ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЗАХІДНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	174
---	-----

<i>Громоздова Л.В., Кабетов Г.Г.</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПРОЯВ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В СВІТОВІЙ СИСТЕМІ ОСВІТЯНСЬКИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЛУГ	176
--	-----

<b>Марцун Д.О.</b> ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ	178
<b>Потанов О.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	180
<b>Орлова А.А.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	182
<b>Парпалій В.В.</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	183
<b>СЕКЦІЯ 5. Інформаційні системи та технології в маркетингу, менеджменті, освіті, фінансовій сфері та управлінні підприємствами</b>	
<b>Кашина Г.С., Громоздова Л.В., Макієвський О.І.</b> ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ОСВІТЯНСЬКИХ ПОСЛУГ	185
<b>Циганенко Г.В.</b> АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ІСТОРИЧНИЙ НАРИС	187
<b>Данилюк М.М., Дмитришин М.В.</b> ЄДИНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ: ФУНКЦІЇ ТА ЗНАЧЕННЯ	189
<b>Коваленко М.В.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ – МЕЙНСТРИМ УСПІШНОЇ ЕКОНОМІКИ МАЙБУТНЬОГО	190
<b>Vutkevych A.</b> FORMATION OF THE FUTURE FOREIGN LANGUAGE TEACHER'S INFORMATION COMPETENCE	192
<b>Іващенко Т.О.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	194
<b>Лісняк С.І., Хаустова Є.Б., Пузирьова П.В.</b> СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ: АКТУАЛЬНИЙ ФОКУС	197
<b>Власюк Т.М., Замрика І.В.</b> РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ	199

## ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Чернишов М.О.*

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ  
ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ В  
УКРАЇНІ 201

*Карабін Б.О.*

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 203

*Юхименко Н. В.*

ПРОФІЛАКТИКА СУЇЦИДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ ЯК  
АКТУАЛЬНА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА 207

*Кузуб М. В.*

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
У ІНФРАСТРУКТУРІ ЛОГІСТИЧНИХ МЕРЕЖ 209

*Кормило М.Р., Герасименко О.В.*

УКРАЇНА В МІЖНАРОДНОМУ ОБМІНІ ІНФОРМАЦІЙНИМИ  
ТЕХНОЛОГІЯМИ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ 211

*Романюк А.О., Черчик Л.М.*

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ В  
УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ 213

*Семенчук Л.В.*

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МОДЕРНІЗАЦІЇ ОСВІТНІХ  
ПІДХОДІВ ДО НАВЧАННЯ 215

*Голубицький А.Ю.*

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ 216

*Будзінська О.Є., Павельчук Є.М.*

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ  
ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ 218

**СЕКЦІЯ 6. Сучасні виклики функціонування бізнес-структур в умовах  
посилення діджиталізації та ІТ-технологій**

*Кашина Г.С., Громоздова Л.В.*

ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ СУЧАСНОГО  
УНІВЕРСИТЕТА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ  
ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ 220

*Комарницька Г.О., Крит Д.Р.*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ У СФЕРІ  
НАДАВАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ 222

*Маркова С.В., Марков І.Є.*

223

## БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЇ: ІТ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РОСТУ

*Дроботя Я.А., Безкровний О.В., Дорошенко О.О.*

ІСТОРІЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ 225

*Руссіян О.А.*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ В УМОВАХ  
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 227

*Покальчук О.К., Пузирьова П.В.*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ: ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК  
В УМОВАХ ВІЙНИ 229

*Апацький В.В.*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 231

*Ірназаров Д.Т., Пузирьова П.В.*

ПОЯВА, ПРОЯВ ТА ПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА БІЗНЕС-  
АКТИВНІСТЬ КОМПАНІЙ 233

*Лиходовський Р.В.*

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР В  
УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ 236

*Рахвал І.Р., Табачук А.Я.*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В  
СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 238

*Садовський Є.П., Пузирьова П.В.*

ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРИ: ОСОБЛИВІСТЬ В КОНТЕКСТІ  
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 240

*Синиця С.В., Пузирьова П.В.*

БІЗНЕС-СТРУКТУРИ ТА БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА  
ОСОБЛИВОСТІ 242

## СЕКЦІЯ 7. Сучасні маркетингові технології

*Якимчук А.Ю.*

ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЙ 245

*Klunko N.*

METHODOLOGICAL PECULIARITIES OF LOGISTICS OF  
INTERREGIONAL COMMODITY EXCHANGE 247

*Olishevska A.*

ENSURING EFFECTIVE SALE OF THE PRODUCED PRODUCTS OF 249



## FARMS FARMS DURING THE WAR

**Ondash Aynur**

TO THE PROBLEM OF MODERN MARKETING TECHNOLOGIES AS AN EFFECTIVE MEANS OF GLOBAL ECONOMIC COMPETITION 250

**Писаренко Н.В.**ВИКОРИСТАННЯ ГРІНВОШИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО  
МАРКЕТИНГУ В КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЙ  
ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ 252**Головніна О.Г., Тоюнда А.І.**ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ – СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ  
БІОЕКОНОМІКИ 254**Петько С.М.**

ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВОЇ ТОРГІВЛІ ДЛЯ SMES КОМПАНІЙ 256

**Головніна О.Г., Жеребко А.О.**

МАРКЕТИНГ ЦІННОСТЕЙ У СФЕРІ ОСВІТИ 258

**Бариллович О.М.**

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЦІНОУТВОРЕННІ 260

**Тютюнник Ю.М.**МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ  
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 262**Калінін А.М.**ТРЕНДВОТЧИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО  
ПЛАНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ 263**Головніна О.Г., Сіднева Л.С., Бронішевська А.І.**

МАРКЕТИНГ ЦІННОСТЕЙ В ПРОЕКТАХ НЕРУХОМОГО МАЙНА 265

**Бараник З., Титов В.**РОЛЬ СТАТИСТИКИ В ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВИХ БАЗ ДАНИХ  
ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ 267**Головчук Ю.О., Стасенко А.О.**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО  
МАРКЕТИНГУ 269**Мельник Н.Л.**

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ 271

**Павліна О.**

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ 273

<b>Попова І.В.</b> АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ ТІКТОК, ЯК ІНСТРУМЕНТУ DIGITAL МАРКЕТИНГУ	274
<b>Раковський Д.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ ДІДЖИТАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ НА КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ БАНКАМИ УКРАЇНИ	275
<b>Шквиря Н.О., Христовой Р.Ю.</b> АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МАРКЕТИНГУ	277
<b>Смага-Зеленцов Д.О.</b> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО НАВЧАННЯ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ТА АНАЛІЗІ РИНКУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	279
<b>Соловей О.О.</b> ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОГО УСПІХУ	281
<b>Сучок С.О.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	282
<b>Андронюк В.П.</b> РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ЗБУТУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	285
<b>Буксіна І.В., Резніченко А.О.</b> МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСОВИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ДИСТРИБ'ЮТОРІВ	287
<b>Шевчук Д.Ю.</b> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНДИТЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ УКРАЇНИ	289
<b>СЕКЦІЯ 8. Інформаційно-освітній простір формування професійного іміджу</b>	
<b>Балджи М.Д.</b> РОЛЬ HR-МЕНЕДЖЕРА У НАЛАГОДЖЕННІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ	291
<b>Кашина Г.С.</b> НАУКОВІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ	292
<b>Тарасенко О.С.</b> ВПЛИВ РЕЙТИНГУ ЗВО У WEBOMETRICS RANKING OF WORLD UNIVERSITIES НА ВИБІР АБИТУРІЄНТІВ ПІД ЧАС ВСТУПНОЇ	294

## КАМПАНІЇ

**Хамська Н.**

ЗМІНИ В УПРАВЛІННІ ОСВІТНІМ ПРОЦЕСОМ В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ  
ОСВІТИ В УМОВАХ БОЛОНСЬКОГО ПРОЦЕСУ 296

**Головчук Ю.О.**

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЙНІ  
НАВИЧКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНІЙ ПРОСТІР 298

**Коваленко С.Д.**

ВИКОРИСТАННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ОПТИМАЛЬНОЇ  
ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ КЕРІВНИКА 300

**Полянська К.**

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНОМОВНОГО КОМУНІКАТИВНОГО  
СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ ВІЙНИ 302

**Громоздова Л.В., Вінтер М.**

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ІНЖЕНЕРА-  
ПЕДАГОГА В ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ В ЗВО 303

**Марковець О.С.**

СУТЬ І ЗМІСТ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНОЇ  
(ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ) ОСВІТИ 305

**Юхименко Н.В.**

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ СУЧАСНИХ ДІТЕЙ  
МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ 307

**Коваль Б.В.**

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 311

**Літвін О.Г., Гук Є.В.**

ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНІЙ ПРОСТІР: КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ  
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ  
УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 313

**Ляшенко Є.Ю.**

ДО ПРОБЛЕМИ ВІЙСЬКОВОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ШЛЯХУ  
УКРАЇНИ ДО ВСТУПУ В ОРГАНІЗАЦІЮ ПІВНІЧНОАТЛАНТИЧНОГО  
ДОГОВОРУ 315

**Серов І.В.**

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ «КОМПЕТЕНТНІСТЬ  
ПРАЦІВНИКІВ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ» 317

**Савченко А.О.**

транскордонного співробітництва на основі засад з інтерактивного маркетингу дає можливість значно підвищити ефективність ведення транскордонних відносин між потенційними та вже існуючими учасниками партнерської взаємодії.

#### Література:

1. Мокринська З. В. Фінансові аспекти транскордонного співробітництва. *Економічний аналіз*. 2019. Вип. 5. С. 295-298.
2. Олійник Ю. Р. Транскордонне співробітництво як чинник відносин асоціації України та ЄС. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2013. Вип. 25. С. 135-140.
3. Паутова Т.О. Удосконалення механізму фінансування проектів транскордонного співробітництва в Україні. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології*. 2017. Вип. 2. С. 113-118.

**Наумова Т. А.**

кандидат економічних наук, доцент

**Акімова Н. С.**

кандидат економічних наук, професор,

Державний біотехнологічний університет,

м. Харків, Україна

### РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ДОСТАВКИ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Однією з найбільш перспективних форм просування товару через всесвітній локдаун є просування через інтернет-ресурси, тобто сайт виробника, який дає можливість оформити замовлення на сайті підприємства. Ця форма співпраці зі споживачами товару дає змогу скоротити час на проведення переговорів, узгодження термінів та умов поставки продукції, що, зрештою, приводить до зниження витрат і підвищує рентабельність діяльності підприємства загалом [2, с. 157]. В системі електронної торгівлі провідне місце займають послуги з доставки товарів від виробника (продавця) до споживача. На підставі проведених досліджень, нами доведено, що одним із провідних засобом комунікації є «Нова пошта», яка на сьогодні є лідером на українському ринку доставки в системі електронної торгівлі. На початок 2024 року мережа компанії складається з 11460 відділень та 15590 поштоматів. 60% усіх поштоматів Нової пошти працюють всередині приміщень та житлових комплексів, а 40% становлять вуличні поштомати. Наразі відділення та поштомати Нової пошти працюють у більш ніж 10 000 населених пунктів по всій Україні. У 2023 році збільшено покриття мережі на 20%. Найбільш активне зростання мережі відбулось у Чернівецькій, Тернопільській, Вінницькій, Волинській, Рівненській, Кіровоградській та Черкаській областях. У 2023 році розвиток мережі відділень та поштоматів став одним з пріоритетних напрямків для інвестицій. На нього було витрачено 1,1 млрд грн. У планах на цей рік - збільшити цю суму до 1,9 млрд. [3]. Послуги з доставки відбуваються в режимі реального часу за умови сервісу, який надається компанією згідно реєстру. Веб-сайт компанії-основний інформаційний ресурс, налаштування якого постійно оновлюється під впливом вимог сучасного інноваційного бізнес-середовища з надання послуг. Бізнес-модель підприємства доцільно трактувати як сукупність елементів, які характеризують принципово відмінну від конкурентів логіку його функціонування, на основі використання ключових компетенцій, для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів із метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів. Отже, інновація підприємства повинна розглядатися за напрямками, які визначаються елементами бізнес-моделі, що реалізовується підприємством [1, с. 100].

На нашу думку, основним напрямом інноваційної діяльності є формування ефективної системи управління бізнес-процесами, яке полягає у реалізації довгострокової стратегії розвитку відповідних послуг. Основними напрямками при цьому є:

місія – надання логістичних, фінансових, IT-послуг та інших пов'язаних з ними послуг в Україні та за кордоном;

стратегічні цілі – інноваційний розвиток та розширення послуг з доставки, впровадження нових автоматизованих комунікативних технологій доставки та роботи зі споживачами послуг з їх надання та отримання;

аналіз бізнес-середовища - проведений аналіз внутрішнього середовища свідчать про безумовне лідерство серед інших компаній через впізнаваність бренду завдяки якості наданих послуг, кваліфікацію персоналу, бонусних програм. Ціни на послуги дещо зависокі, але у маркетинговому середовищі відповідність «ціна-якість» впливають на формування конкурентних переваг компанії. Наявність зовнішніх загроз (глобальні кризи, воєнні дії на території України, тощо) впливають на фінансове становище, але за сучасних умов є нагальною потребою у вирішенні питань логістики, послуг як для доставок всередині країни так для міжнародних відправлень;

розробка стратегії інноваційного розвитку – надання додаткових послуг, саме розвиток у сфері ІІІ зможе змінити існуючі технології з надання послуг та їх отримання споживачем;

реалізація стратегії – реінжиніринг бізнес-процесів;

оцінка впровадження бізнес-процесів – формування системи внутрішнього контролю, координація та оцінка за впровадженням реінжинірингу бізнес-процесів.

Визначені інноваційні напрями довгострокової стратегії розвитку відповідних послуг компаніями - лідерами пов'язані напряму з плануванням відповідних витрат. Окрім того, витрати на інноваційні заходи це ризик, на який свідомо йде компанія, застосовуючи відповідний ресурс. Тому на нашу думку, при плануванні цих бізнес-процесів необхідно враховувати ймовірні ризики, які можуть бути пов'язані як із впливом факторів зовнішнього середовища, так і внутрішнього. Також слід налагодити систему управління ризиками, як першочергове завдання на етапі аналізу бізнес-середовища компанії. Попередні дослідження з цього питання свідчать про те, що «керівники підприємств усе частіше прагнуть до того, щоб використовувати управління ризиками не тільки для збереження вартості за рахунок запобігання ризикам і готовності на випадок їх реалізації, але і для створення додаткової вартості за рахунок оперативних стратегічних рішень» [5, с. 238]. Отже, на нашу думку, керівникам компаній з надання послуг доставки при визначенні інноваційного розвитку компанії, необхідна окрім визначення стратегії управління бізнес-процесами, визначити стратегію управління ризиками. Так, ми приєднуємося до думки Сакевич Л. С. [4, с. 186-187, який виділяє наступні етапи:

«Етап 1 – планування управління ризиком, передбачає організацію процесу щодо прийняття рішення з приводу планування управління ризиком інноваційної діяльності;

Етап 2 – ідентифікація ризику, передбачає виділення групи ризиків, що притаманні конкретній інноваційній діяльності;

Етап 3 – оцінка ризику, що передбачає проведення кількісного та якісного оцінювання ступеню ймовірності настання ризиків та їх негативних наслідків для інноваційної діяльності;

Етап 4 – розподіл ризиків;

Етап 5 – ліквідація або пом'якшення ризику;

Етап 6 – моніторинг ризику, що передбачає виконання таких дій: моніторинг ідентифікованих ризиків, визначення неліквідованих з них, що обумовлює забезпечення виконання плану ризиків та оцінку його ефективності».

Таким чином, розроблення стратегії управління інноваційним розвитком компаній з надання послуг дозволить досягнути запланованих результатів в довгостроковій перспективі, навіть за умов глобальних криз та війни. Запропоновані напрями стратегічного управління



бізнес-процесами інноваційного розвитку дозволить налагодити та втілити їх комплексний підхід.

#### Література:

1. Марченко О.І., Пустіва В.О. Розвиток інноваційних бізнес-процесів на підприємстві. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип.69. С. 99-103. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure69-17>
2. Наумова Т. А., Топоркова О. В., Янчева І. В. Організація обліку в системі електронної комерції. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 3(26). С. 153-158. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2021-3-27>.
3. Офіційний сайт «Нова пошта». URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/11711>
4. Сакевич Л.С. Управління ризиками інноваційної діяльності, організованої в межах державно-приватного партнерства. 2018. Вип. 20, ч.2. С.185-189. URL: [http://www.visnyk-ekonom.uzhnu.ua/archive/20\\_2\\_2018ua/41.pdf](http://www.visnyk-ekonom.uzhnu.ua/archive/20_2_2018ua/41.pdf)
5. Топоркова О. В., Акімова Н. С., Наумова Т. А. Стратегічні аспекти управління ризиками для забезпечення економічної безпеки підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 8. С. 237-243. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-8-237-243>

**Ліпський Р. В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Полтавський державний аграрний університет,  
Полтава, Україна

### СПЕЦИФІКА ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ОБЛІК

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) показники міжнародного туризму у 2023 році – 1 285,66 млн туристів (54% припадає на Європу) майже досягли доковідного рівня 2019 року – 1 462,27 млн подорожуючих. Втративши під час пандемії COVID-19 більше 1 000,00 млн потенційних подорожуючих (лише 406,56 млн у 2020 році) міжнародний туризм не доравувався більше 1,2 трлн \$ [1]. Наразі туристичний бізнес на підйомі по всій планеті, чого не скажеш про Україну.

Станом на кінець 2023 року туристичний сектор України зазнав поєднання викликів і можливостей, що сформувало його теперішню позицію.

Найсуттєвішою проблемою міжнародного як виїзного так і в'їзного туризму наразі є введення воєнного стану та оборона України від вторгнення військ РФ, що унеможливило фактично будь які подорожі до України закордонних туристів. У 2022 році представники туристичної галузі України сплатили 1,5 млрд грн коштів від своєї діяльності. Це на 31% менше, ніж у 2021 році, тоді надходження в державний бюджет склали 2,2 млрд грн [2].

З цієї проблеми витікає відразу інша – розвиток інфраструктури. Так, Україна досягла прогресу в покращенні своєї туристичної інфраструктури до 2022 року, включаючи транспортні мережі, зелений туризм та туристичні об'єкти. Однак, наразі інвестиції в інфраструктурні проекти, такі як модернізація аеропортів, доріг і розвиток готельної галузі, спрямовані на покращення загального іміджу і підтримку зростання туризму, фактично дорівнюють нулю.

Третім ключовим фактором, на нашу думку, є цифровий маркетинг і просування України як туристичного продукту – використання стратегій цифрового маркетингу та онлайн-платформ може підвищити пізнаваність України як туристичного напрямку. Маркетинг у соціальних мережах, пошукова оптимізація та цільові рекламні кампанії здатні охопити глобальну аудиторію потенційних мандрівників і викликати інтерес до відвідування України.

Незважаючи на виклики, які прийняв на себе туристичний сектор України у 2022-2023

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

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

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 2024**

04-05 березня 2024 року