



**Quality of Life
in Global and Local Contexts:
Values, Innovation,
and Multidisciplinary
Dimensions**

Opole 2023



The Academy of Applied Sciences
Academy of Management and Administration in Opole

**Quality of Life in Global and Local Contexts:
Values, Innovation,
and Multidisciplinary Dimensions**

Monograph

Scientific editors: Tetyana Nestorenko
and Tadeusz Pokusa

Opole 2023

ISBN 978-83-66567-53-5

Quality of Life in Global and Local Contexts: Values, Innovation, and Multidisciplinary Dimensions. *Monograph.* Scientific editors: Nestorenko T., Pokusa T. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023; pp. 784.

Reviewers

Nadiya Dubrovina – CSc., PhD, Associate Professor,
Bratislava University of Economics and Management, Slovakia
Sławomir Śliwa – PhD, The Academy of Applied Sciences
Academy of Management and Administration in Opole
Victoria Tsyphko – Dr.Sc, Professor, National Transport University, Ukraine

Editorial Board

Marian Duczmal – Dr.Sc, Professor, The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole
Wojciech Duczmal – Dr.Sc, The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole
Nataliia Khlus – PhD, Associate Professor, Oleksandr Dovzhenko Hlukhiv National Pedagogical University, Ukraine
Oleksandra Kuzenko – PhD, Associate Professor, Ivano-Frankivsk National Medical University, Ukraine
Oleksandr Nestorenko – PhD, Associate Professor, Academy of Silesia
Tetyana Nestorenko – PhD, Professor AS, Associate Professor, Berdyansk State Pedagogical University, Ukraine
Aleksander Ostenda – PhD., Professor AS, Academy of Silesia
Iryna Ostopolets – PhD, Associate Professor, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Ukraine
Tadeusz Pokusa – PhD, Professor ANS – WSZiA, The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole
Jadwiga Ratajczak – PhD, The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole

Publishing House:

The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole
18 Niedziałkowskiego Str. 45-085 Opole, Poland
tel. 77 402-19-00/01

Authors are responsible for content of the materials.

© Authors of articles, 2023

© Publishing House ANS – WSZiA, 2023

TABLE OF CONTENTS

Preface	6
Part 1. Quality of life in the value development context, the impact of artificial intelligence, and socio-psychological aspects	11
1.1. The impact of artificial intelligence on quality of life.....	11
1.2. Quality of life in sustainable development indicators in the innovation field in the Opole Voivodeship compared to Poland in the years 2013-2022.....	17
1.3. The development of a value-sense framework for higher education students.....	29
1.4. Dilemmats of implementing artificial intelligence (AI) in medicine and coordinator's work.....	38
1.5. Comparative analysis of value orientations of university students in Ukraine and Poland.....	52
1.6. A complex approach to the treatment of sterility in women with endometrial pathology.....	60
1.7. Adaptation to the labor market of the host country as a factor in improving the quality of life of forced migrants: the experience of Ukrainian women in Poland.....	68
1.8. Psychological assistance to a family with an autistic child.....	79
1.9. Modern social technologies for working with the elderly.....	99
1.10. The role of resilience in the formation of successful adaptation as the main aspect of quality life of Ukrainians.....	110
1.11. International cooperation between Poland and Ukraine in higher education: case study.....	118
1.12. Psychological defenses and personality characteristics in youth.....	126
1.13. Social-psychological predictors of improving the quality of life and professional well-being of specialists in the field of health protection under conditions of uncertainty.....	137
1.14. Value-centered attitude to life and ensuring its quality in a globalized world.....	150
1.15. Application of qualimetric methods for assessing the quality of processes in the occupational safety management system.....	163
1.16. Marketing research of the territory brand on the example of the city of Odesa.....	168
1.17. To the problem of the development of emotional intelligence in the adolescent age.....	186
1.18. Methodological foundations of upbringing of athletically gifted youth in Ukraine and Poland.....	193
1.19. Research of the social and psychological state of Ukrainian refugees who went abroad.....	205

Part 2. Improving the quality of life through improving employment and innovation in the economy.....	216
2.1. Consulting on youth entrepreneurship for future specialists: conceptual aspects.....	216
2.2. The employment sphere' improving as a mechanism for raising the life quality in Ukraine.....	232
2.3. Predictive analytics and machine learning in Central bank digital currency policy.....	246
2.4. Analytical aspects of ESG transformation in the context of sustainable development.....	259
2.5. Perspectives of development of professional education in Ukraine in the context of current challenges.....	269
2.6. Financial sustainability and its role in achieving a high standard of living...	279
2.7. Youth entrepreneurship consulting – a guide to a quality life.....	289
2.8. Peculiarities of formation and development of social marketing.....	302
2.9. Problems of training future specialists for entrepreneurship: European experience.....	314
2.10. The influence of facilitation on the economic indicators of companies....	328
2.11. The current state of development of marketing activities in Ukrainian organisations.....	336
2.12. Financial planning as a key to the success of the hotel and restaurant business.....	345
2.13. Convergent trends between Ukraine and some EU countries in the transport sector as a manifestation of improved quality of life.....	355
2.14. Modern approaches to effective management IT companies.....	368
2.15. Collective models of households labor supply: features of application and relevance for Ukraine.....	380
 Part 3. Innovations for a quality life: from education to the worldview orientations formation.....	 390
3.1. Navigating uncertainties: fostering inclusivity and resilience in nanotechnology education amidst the Ukrainian crisis.....	390
3.2. Quality assurance in vet: modern challenges and lessons for Ukraine.....	405
3.3. Entrepreneurial intentions of students from Ukraine studying in Polish universities on entrepreneurial specialties.....	418
3.4. Changing the worldview orientations of today's youth as a condition for improving the quality of life.....	431
3.5. The concept of «New Man» and «New Society» in the humanistic psychoanalysis of Erich Fromm through the prism of psychoanalytic pedagogy.....	443
3.6. Main directions of teaching methods modernization of obstetrics and gynecology in medical high schools of Ukraine.....	454
3.7. Creative play as a means of socialization of children of different ages.....	463
3.8. Influence of pedagogical assessment on improving the quality of education.....	475
3.9. Variation on theme Inclusion (notes of the teacher's assistant).....	484
3.10. Theodor Zeckler – organizer of educational institutions in Stanislaviv (1891-1939).....	506

3.11. Technologies for the formation of environmentally suitable behavior of primary class students.....	518
3.12. Game speech technologies as an effective tool for the personal development of children in an inclusive educational space.....	530
3.13. Current aspects of professional training modernization of future specialists in the field of fine arts.....	541
3.14. Formation of pedagogical awareness in future teachers of physical education.....	551
3.15. A competence-oriented approach to the professional training of future specialists in the pharmaceutical industry.....	560
3.16. Use of modern educational technologies in the professional training of future medicine masters.....	568
3.17. Arts education in the digital space: a practical toolkit.....	579

Part 4. Multidisciplinary dimensions of quality of life in a globalized world..... 588

4.1. Ellen key’s views to religion education for sustainable development in Swedish primary schools.....	588
4.2. Optimizing performance in athletes post-COVID-19.....	597
4.3. Philosophical framework for diagnostic value of moral autonomy of adolescents.....	608
4.4. The scientific and theoretical basis of the formation of multicultural competency of professional junior bachelors in the process of humanitarian training in a college.....	619
4.5. The influence of information content on the emotional resilience of university students in wartime conditions.....	631
4.6. Physical activity as a determinant of the quality of life of older people.....	639
4.7. Psychological well-being of Ukrainian youth as a component of personal resource in conditions of uncertainty.....	647
4.8. Artificial intelligence applications.....	658
4.9. The impact of social networks on people's lives.....	670
4.10. Theoretical aspects of the forming senior preschool children’s motor competence by means of sports games.....	677
4.11. Features of management of innovative activities of IT enterprises.....	687
4.12. Optimization of Ukrainian business by means of information and communication technologies under conditions of martial law.....	700
4.13. Platform – a general view.....	713
4.14. University sports in the USA through the National Student Sports Association prism.....	723
4.15. Influence of techniques and channels of communication on people's quality of life.....	731
4.16. The effect of physical therapy on the quality of life of patients.....	736
4.17. Spirituality and humanism in law: a case study of the judicial practices of A. F. Koni.....	742
4.18. Methodological fundamentals of development of flexibility at the initial stage of learning artistic gymnastics.....	748

Annotation.....	757
About the authors.....	778

2.11. The current state of development of marketing activities in Ukrainian organisations

Сучасний стан розвитку маркетингової діяльності в українських організаціях

Ще кілька років тому важко навіть було уявити, що маркетинг як економічна дисципліна може активно розвиватися у системі освіти. Дійсно, маркетинг навіть ще і сьогодні часто розглядають у застарілій парадигмі, яка його головну функцію визначає як просування товару з метою одержання компанією максимального прибутку. Який прибуток можна отримати від освіти? І чи правильно взагалі розглядати систему освіти як джерело прибутку? Відносно цих питань дискусія в наукових колах ведеться постійно та триває і досі. Ми вважаємо, що поєднання категорій «освіта» та «прибуток» має значно більше негативних наслідків, ніж позитивних. У процесі переслідування прибутку в освіті втрачається головне – її призначення: формування загальної культури здобувачів, їх соціальний та інтелектуальний розвиток, забезпечення соціальної успішності, розвиток творчих здібностей, саморозвиток та самовдосконалення. Освіта із суспільного блага перетворюється на джерело доходу з усіма наслідками, що супроводжують цей процес.

У ХХІ ст. у соціальній сфері відбулися принципові зміни, які зумовлені тим, що сучасне соціально-економічне середовище характеризується високою динамікою чинників зовнішнього середовища. Така динаміка суттєво ускладнила механізми впливу цих факторів на функціонування всієї соціальної сфери. У результаті загострилося актуальне завдання забезпечення стійкості соціально-економічного розвитку усіх галузей економіки. При цьому особливого значення набула соціальна складова сталості. Такі умови змусили світову спільноту розвивати нові форми соціальних відносин, у яких зростає

значення моральної складової, посилюється увага до соціальних проблем всіх сфер життєдіяльності. Наразі наявність саме цієї компоненти стійкості стає ключовим чинником успішного розвитку всіх суб'єктів економічних відносин [4].

У сучасному менеджменті таке положення виражене концепцією корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка формує стандарти, на основі яких оцінюється якість розвитку організацій. Основний принцип управління в даній концепції – забезпечення балансу інтересів усіх сторін, що зацікавлені у сталому соціально-економічному розвитку всіх сфер діяльності.

Відповідно до цієї концепції, у своєму розвитку будь-яка соціальна система повинна прагнути до досконалості. У зв'язку з цим, світова спільнота сформувала модель досконалої організації EFQM (European Foundation for Quality Management). У її основі лежить корпоративна соціальна відповідальність, яку бере на себе компанія у процесі свого розвитку. Відзначимо, що уявлення про соціальну відповідальність постійно еволюціонує, а тому змінюється і зміст цієї дефініції. Так, якщо у 2003 р. модель оперувала безпосередньо поняттям корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) (EFQM 2003), то модель 2010 р. (EFQM 2010) розглядає КСВ у контексті формування відповідальності за стале майбутнє. У моделі 2013 р. (EFQM 2013) КСВ орієнтується на створення стійкого майбутнього. За умови мінливого змісту моделі досконалості незмінним залишається її основний принцип, принцип балансу інтересів, що підкреслює цілісність самої моделі. Таким чином, рух до досконалої організації здійснюється послідовно: від усвідомлення корпоративної соціальної відповідальності через формування цієї відповідальності до створення сталого майбутнього. Таке просування визначає зміст життєвого циклу КСВ та рівень її розвитку [6].

За останні десятиліття в системі освіти України багато уваги приділялося розробленню та впровадженню особливого управлінського інструментарію

різних рівнів складності, який в тій чи іншій мірі сприяв забезпеченню стійкості розвитку сфери освіти. Зміна відносин між всіма суб'єктами освітнього процесу відповідає ключовим трендам розвитку сучасного маркетингу, який, значною мірою, зумовив появу та розвиток концепції КСВ. Основним принципом якої є забезпечення балансу інтересів усіх сторін освітньої діяльності.

Дане розуміння маркетингу сформувалося еволюційним шляхом. Основний тренд еволюції – зростання кількості сторін, чиї інтереси мають враховуватися в процесі функціонування організацій [7].

Типологія маркетингу та факторів, які спровокували нові етапи еволюції, подано в Табл. 1.

Таблиця 1. Хронологія розвитку маркетингу

Тип маркетингу	Фактори	Інтереси
Виробничий маркетинг	Зародження	Акціонерів
Збутовий маркетинг	Насичення ринків товарами та послугами	Акціонерів + конкурентів
Трансакційний маркетинг	Посилення конкуренції на ринках товарів і послуг	Акціонерів конкурентів +споживачів
Маркетинг взаємовідносин	Перехід до постіндустріального суспільства, підвищена увага до моральної компоненти бізнесу та соціальних проблем	Акціонерів конкурентів споживачів +постачальників +персоналу
Холістичний маркетинг	КСВ – стійкий, раціональний та ефективний соціальний інститут	Цілісне задоволення інтересів усіх суб'єктів

Процес еволюції маркетингу тривалий, оскільки стосується однієї з найскладніших змін – зміна культури організацій, що є прямим наслідком зміни мислення всіх суб'єктів взаємодії, а це об'єктивно вимагає багато часу. Неможливо навчитися всього й одразу, особливо у такій освітній парадигмі, яка домінує сьогодні. Слід бути готовим до розвитку нового мислення, яке можливе тільки при переході до нової освітньої парадигми – від «школи знань» через «школу діяльності» до «школи мислення». В інформаційну та цифрову епоху

важливо навчити людей не певній сукупності дій і деякої поведінки, які об'єктивно завжди відставатимуть від актуального етапу розвитку, а навчити людей мислити й оперувати сутністю діяльності, що є вищою формою сучасної культури і саме тут маркетинг має відіграти ключову роль [1].

Так, якщо в середині 1990-х рр. переважав виробничий маркетинг, а збутовий маркетинг перебував лише на стадії свого становлення, то вже в першому десятилітті нашого століття (майже через 30 років) в життя суспільства упевнено увійшли збутовий і трансакційний маркетинг. Наразі основними видами маркетингу, якими керуються провідні компанії та організації, є трансакційний маркетинг та маркетинг взаємовідносин, значення яких сьогодні посилюється.

Наведена еволюція маркетингу супроводжується потужними змінами, які, в кінцевому підсумку, визначають весь уклад життя.

По-перше, змінилася філософія маркетингу – від філософії «максимального прибутку» до філософії «максимальної цінності для споживача». Така зміна філософії стала тригером перемикання базових понять діяльності організації з «продуктів» – на їхню «корисність», з «ціни» – на «цінність» цих продуктів для споживачів. Велика увага стала приділятися «доступності» продуктів та «інформованості» про їхні особливості. Особливе значення в сучасному маркетингу має екологічність виробництва та особливе врахування інтересів усіх споживачів [8].

По-друге, змінюється функція маркетингу в управлінні організацією. Колишня функція дослідження ринку і просування продукту з метою отримання максимального прибутку компанії істотно ускладнилася і спрямована вже на забезпечення умов комфортної роботи менеджменту організації.

По-третє, істотно ускладнився набір ключових інструментів маркетингу. Якщо в ранніх версіях маркетинг керувався маркетинговою сумішшю 4P, то в

сучасному маркетингу цей інструмент ускладнився і розглядається в сукупності з концепціями 7P або 4C.

По-четверте, посилюється зв'язок із духовною культурою. Сьогодні маркетинг є особливим відображенням дійсності й орієнтований на творчість. Створюється особливе середовище, в якому домінує естетичність продукту і пряма залежність від відгуку інших людей, тощо. Іншими словами, формується нове буття, яке, як відомо, змінює мислення людей і формує нову свідомість [5].

По-п'яте, змінена свідомість і мислення поляризує середовище і формує нову культуру зі своїми змістами, артефактами та правилами поведінки. Усе це призводить до зміни всього укладу життя. Таку зміну можна спостерігати в сучасних школах. Змінилися фасади та внутрішнє оформлення класів та інших приміщень. Змінилися стосунки з дітьми, батьками, суспільством. Змінився зміст і форми роботи. Важливо зазначити, що сьогодні маркетинг стає гуманітарним, оскільки «тонке» править «товстим» – свідомість і думка матеріалізуються в реальні справи. І все живе зберігається і примножується. А все, що до цього не відноситься – остаточно зникає. Таким чином, формується нова культура організацій.

Оскільки в розумінні маркетингу здійснюється явний перехід від філософії «максимального прибутку» до філософії «максимальної цінності для споживача», то така його гуманізація стала потужним підґрунтям для пошуку можливостей використання інструментарію сучасного маркетингу в соціальній сфері взагалі, і в системі освіти, зокрема. Досвід стратегічних та проєктних сесій у системі освіти показує, що такий погляд на маркетинг виявився продуктивним і найкращим чином відповідає потребам урахування культурних і ціннісних особливостей територій та окремих організацій соціальної сфери у процесі їхнього розвитку [3].

Однак, на шляху впровадження сучасного маркетингу в практику діяльності освітніх організацій сьогодні існує низка складнощів:

1. При оцінці якості всіх видів діяльності використовуються, переважно кількісні показники, що прийнятно для ранніх версій маркетингу (виробничого і збутового). Для впровадження пізніших версій маркетингу (які враховують вже інтереси персоналу і споживачів, наприклад) необхідно враховувати спільно з кількісними показниками і якісні показники, відображаючи ті вигоди, які отримає споживач. Такі показники часто не піддаються прямій формалізації. На жаль, системи оцінювання якості діяльності, що враховують всю групу показників, сьогодні перебувають на початковій стадії свого формування і не стали надбанням широкої громадськості.

У чому проявляється ця складність? Сьогодні переважна більшість співробітників звикла дивитися на продукт своєї діяльності через його характеристики. Пропонують безліч заходів, структурують їх, формують на цій основі програми розвитку своєї організації, забезпечують її фінансування. Потім звітують за кількістю заходів, які виконані. При цьому, найчастіше, повністю ігноруються інтереси учасників цих заходів, ті вигоди, які вони отримають від їх проведення. Тобто корисність продукту фактично не розглядається і не оцінюється [2].

Навіть якщо провести хоч тисячу заходів, але якщо вони будуть лише для формальності, то це викличе в учасників швидше відторгнення, ніж призведе до збільшення їхньої задоволеності від діяльності організації. А скільки часу буде витрачено даремно? А скільки часу необхідно, щоб нейтралізувати негативне враження від таких заходів? У підсумку незадоволеність учасників призводить до дестабілізації психологічного клімату в організації з усіма наслідками, що з цього випливають.

2. Складність психологічного характеру переходу з позиції «характеристики» продукту на позицію «цінності» і «вигоди» для споживачів. Досвід проведення стратегічних сесій показує, що такий перехід є одним із найбільш витратних за часом завдань. Сьогодні стереотип оперування заходами

настільки сильно вкоренився у нашій свідомості, що потребує значних зусиль з його ліквідації. У процесі стратегічної або проєктної сесій дуже важко втримати слухачів від переходу на мову заходів, але не цінностей і вигод для тих, на кого ці заходи розраховані.

Окрім того, саме поняття «цінність», представлене в енциклопедичному і тлумачних словниках, складно піддається технологізації при практичному застосуванні. Тому доречно скористатися дефініцією запропонованою Коллінзом: цінність – це:

- прийнятна або еквівалентна винагорода;
- кількість, яка сприймається як справедлива при обміні на якусь річ;
- задоволення.

Ми вважаємо, що з маркетингової точки зору, цінність доречно розглядати як задоволення потреб споживачів, адже цінним для покупця стає те, що приносить йому задоволення. Тобто для людини важливішими є не характеристики продукту, а сутність продукту саме ті вигоди, які вона отримає від його придбання. І якщо таке придбання приносить їй задоволення, то воно стає для неї цінним. Виходячи з даної позиції можемо дійти висновку, що оперування численними заходами не принесе належного результату в питанні залучення співробітників організації до участі в її розвитку. Для цього необхідно створити таке середовище, в якому працівник буде отримувати задоволення від роботи, лише за таких умов співробітник прийматиме активну участь у процесі розвитку організації (те саме стосується і споживачів товарів).

Для цілеспрямованого формування цінності корисно скористатися формулою, добре відомою в сучасному маркетингу:

$$\text{Цінність} = \text{Вигоди} - \text{Витрати}$$

З даної формули видно, що збільшення цінності для споживача може бути забезпечено принаймні трьома способами:

- підвищення вигод для споживача;
- зниження витрат споживача на придбання тих чи інших продуктів;
- підвищення вигод із меншими витратами.

3. Складність урахування різноманіття базових потреб. Вирішенню цього питання якнайкраще сприяють потенційні можливості сучасного маркетингу. Саме через осмислення та усвідомлення вигод для споживачів, персоналу організації, жителів конкретних територій, з конкретним і унікальним життєвим укладом, з конкретним і унікальним культурним кодом створюються передумови для повного врахування, як культурних так і ціннісних особливостей усіх зацікавлених сторін.

У цьому випадку створюються відповідні передумови для розроблення таких програм розвитку організацій і територій, таких освітніх програм, які будуть об'єктивно відображати реальні потреби всіх зацікавлених сторін, а не бездумно копіювати новомодні течії в тій чи іншій соціальній сфері. Зокрема те, що є прийнятним і актуальним, наприклад, для східного регіону України, малоприсадибне для віддалених регіонів на Заході, наприклад, для Ужгороду у якому домінують унікальні культурні та ціннісні особливості, зумовлені історичними, географічними та демографічними чинниками.

На основі вищезазначеного можемо відмітити, що сьогодні значення і роль сучасного маркетингу в соціальній сфері постійно зростає. Саме маркетинг має стати тим інструментом, який забезпечить стійкість розвитку організацій в умовах турбулентності чинників зовнішнього середовища. Успішне впровадження маркетингу в практичну діяльність освітніх організацій може бути забезпечено тільки за допомогою зміни культури організацій і мислення її співробітників, максимально повного врахування культурних і ціннісних

особливостей територій. Проте така зміна є однією з найскладніших, тому потребує чіткого налаштування всього інструментарію менеджменту.

Література:

1. Babko, N. M., Kvyatko, T. M., Duzkryatchenko, V. V., & Mikitas, A. V. (2020). Features of marketing activities of companies in a coronavirus pandemic. *University Scientific Notes*, 3, 4, 109-116.
2. Ihnatenko M., Antoshkin V., Lokutova O., Postol A., Romaniuk I. (2020). Ways to develop brands and PR management of tourism enterprises with a focus on national markets. *International Journal of Management*, 11 (5).
3. Ihnatenko, M., Marmul, L., Petrenko, V., Karnaushenko, A., & Levaieva, L. (2020). Innovative tools in the methodology and teaching of the basic principles of enterprise management. *International Journal of Management*, 11 (6), 847-854.
4. Kviatko T. M., Mandych O. V., Sievidova I. O., Babko N. M., Romaniuk I. A., Vitkovskiy Yu. P., Mykytas A. V. (2020). Marketynhovi doslidzhennia: navch. posib. Kharkiv: KhNTUSH, 166 s.
5. Mandych, O., & Duiunova, T. (2022). Features of digital globalization in conditions of modern challenges. *Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship: monograph. Tallinn: Teadmus OÜ.*
6. Onegina Viktoriya, Babenko Vitalina Alekseevna, Kravchenko Yuliia, Vitkovskiy Yurii, Anisimova Olga. Management of Product Quality and Competitiveness of Agricultural Enterprises in the Context of International Integration. *International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)*, 2022, vol. 13, issue 2, 1-14 DOI: 10.4018/IJITPM.311845
7. Pakhucha, E., Sievidova, I. O., Romaniuk, I., Bilousko, T., Tkachenko, S. O., Diadin, A. S., & Babko, N. (2023). Investigating the impact of structural changes: the socio-economic security framework.
8. Sievidova I., Oliynik T., Chorna A., Vitkovskiy Y., Kvyatko T, Plyhun S. Problems and Prospects of Budgetary Financing of Social Protection in Ukraine. *European Journal of Sustainable Development*. 2021. No. 10 (2). P. 219-230.

appropriate education and upbringing. Educators should be trained to identify and evaluate the potential of young athletes. Early identification of giftedness can also help in providing the necessary support to gifted children, including access to specialized educational facilities and equipment.

1.19. Hanna Yatvetska, Tetiana Kryvosheia, Oleksandra Stepova. Research of the social and psychological state of Ukrainian refugees who went abroad. The article presents the results of a study of the socio-psychological state of Ukrainian refugees who went abroad. It was determined that more than half of them are experiencing certain material and social problems, despite the assistance of the EU countries. The main problems faced by Ukrainian refugees during their stay abroad are the following: material problems; lack of money; not knowing the language of the host country; nostalgia; anxiety for relatives and close people who remained in Ukraine; anxiety about what is happening in Ukraine. Most of them need psychological support.

Part 2. Improving the quality of life through improving employment and innovation in the economy

2.1. Liudmyla Basil. Consulting on youth entrepreneurship for future specialists: conceptual aspects. The presents the author's strategy for solving the problems of preparing pupils and students for self-employment and carrying out business activities, taking into account the challenges of globalization and civilization, historical-political, socio-economic regional circumstances, local psychological and pedagogical factors of individual educational institutions and individual needs of future specialists. The concept of consulting on youth entrepreneurship in vocational education institutions is substantiated as a complex system strategy of goals, tasks, methodological approaches, principles, forms of organization of the psychological and pedagogical process of providing effective assistance to future specialists in starting their own business, as well as adaptation and successful implementation of entrepreneurial activity in the conditions of a market economy, which is realized in the intellectual, research-analytical and project activities of pedagogical workers (on the basis of the analysis of problematic issues and the development of constructive solutions for their solution) and in interaction with students of professional education in order to apply the knowledge and skills they have acquired.

2.2. Larysa Bogush. The employment sphere' improving as a mechanism for raising the life quality in Ukraine. The organization, regulation priorities of the employment sphere, trends and problems of its functioning determine a multiplicative cluster of incentives and disincentives for the life quality in Ukraine in a number of its manifestations, among which, in particular, – the characteristics of the living environment (household, work), resource base, indicators and features of human resources' reproduction and use. Socially recognized practice and already achieved parameters of the life quality determine the long term material and immaterial incentives and motivators of individual and community human development, parameters and processes of diversification of the national economy' and the labor market' territorial segments, and therefore – the expectations and sustainability of positive socio-economic and, among other, demographic and migration shifts.

2.3. Artem Koldovskiy. Predictive analytics and machine learning in Central bank digital currency policy. This research delves into the transformative implications of integrating predictive analytics and machine learning within Central bank digital currency (CBDC) policies. Through comprehensive analysis, we uncover the multifaceted impact of these advanced methodologies on economic stability, consumer behavior, fraud detection, and regulatory adaptability. Our findings demonstrate that the deployment of predictive analytics enhances economic stability by enabling proactive decision-making, resulting in higher GDP growth rates and controlled inflation.

Machine learning insights provide a nuanced understanding of evolving consumer behavior within the CBDC ecosystem, emphasizing preferences for digital transactions and the need for adaptable policies. Moreover, the integration of predictive analytics fortifies security measures, ensuring the trustworthiness of digital transactions through accurate fraud detection.

The dynamic and adaptive regulatory frameworks, driven by machine learning algorithms, emerge as strategic imperatives for central banks to navigate market shifts and cybersecurity threats effectively. This study not only reshapes the future role of central banks but also offers actionable recommendations for crafting a future-ready monetary landscape in the digital age.

2.4. Oleg Lagodiyenko, Iryna Sierova. Analytical aspects of ESG transformation in the context of sustainable development. The article is based on the idea of rethinking the consumer approach to production and management through a change in philosophy and general approaches to running a business. The general scheme of relationship between the concept of sustainable development, the concept of corporate social responsibility and the ESG concept is determined. A comparative analysis of these concepts' components is conducted. The difference between the concept of sustainable development and the ESG concept is defined. The Sustainalytics ESG risk rating is singled out as a tool for comparing companies of different industries in order to determine the specifics of analytical generalization and make decisions on industries risk management. Emphasis is put on the expediency of considering ESG as a method of implementing the concept of sustainable development.

2.5. Valentyna Radkevych, Oleksandr Radkevych. Perspectives of development of professional education in Ukraine in the context of current challenges. An analysis of the key aspects of the transformation of Ukraine's professional education system has been conducted in the context of military conditions, focusing on the formation of new approaches to its development in the post-war period. The influence of global, national, and regional challenges that redefine the role and functions of the educational sphere in contemporary conditions is highlighted. The process of integrating scientific-methodological support, which becomes a key factor in enhancing the quality of professional education, is revealed. Emphasis is placed on the significance of dual education, which contributes to more effective training of personnel according to the labor market needs. The sociocultural development of the educational sphere is illuminated, with particular attention paid to the development of digitalization and the formation of career and entrepreneurial competencies. The integration of public-private partnerships into the educational

process plays a pivotal role in the development of professional education, ensuring its relevance to the real needs of the economy and society. It is analyzed that career guidance and European integration act as crucial elements in forming a new paradigm of education, reflected in strengthening international cooperation and exchange of experience.

2.6. Iryna Romaniuk, Viacheslav Havryliuk. Financial sustainability and its role in achieving a high standard of living. The importance of financial sustainability as a determining factor in achieving a high standard of living in the global and Ukrainian context is substantiated. Various aspects of financial sustainability, including budget management, balanced economic growth, and social support, are considered. Global and Ukrainian examples, such as Singapore, Germany, Canada and Ukraine, demonstrate how proper financial management contributes to economic well-being and improves the quality of life of citizens. The study shows that financial sustainability is the key to sustainable economic development and improved living standards in the modern world.

2.7. Liudmyla Basil, Valery Orlov. Youth entrepreneurship consulting – a guide to a quality life. The article deals with the expediency of youth entrepreneurship development and the possibilities of educational institutions for the development of entrepreneurial qualities of future specialists, their motivation for entrepreneurship. Emphasis is placed on such a form of motivation and explanatory pedagogical activity as consulting on youth entrepreneurship. The methodology of consulting and its conceptual and methodological justification is presented as a systematic, holistic view of approaches, principles, methods of action regarding the formation and development of youth entrepreneurship. The authors claim that a purposeful and scientifically based organization of consulting on youth entrepreneurship will contribute to the solution of the problems highlighted in the article, the establishment of youth entrepreneurship as one of the priority tasks of ensuring the quality of life of citizens, the revival of the country's economy in the post-war period and its modernization in accordance with the requirements of the European Union.

2.8. Yurii Vitkovskyi, Tetiana Kviatko. Peculiarities of formation and development of social marketing. The article analyses the views of scholars on the definitions of "marketing" and "social marketing". The main stages of development of social marketing in different countries of the world are considered. The article structures social marketing as a scientific and practical direction in accordance with scientific views. The necessity of the process of social marketing development in the activities of modern enterprises is substantiated. The main social problems, which can be solved through the implementation of social marketing projects, are allocated. On the example of specific companies, it is demonstrated how social marketing affects customer loyalty.

2.9. Denys Zhezherun. Problems of training future specialists for entrepreneurship: European experience. The article analyzes the current state of preparation of future specialists for entrepreneurship in the European educational space in the context of globalization and European integration. Current models, concepts and strategies of professional education and training in the countries of the European Community are revealed, focused on the development of entrepreneurial competence, promotion of innovation, provision of objective evaluation of training results, as well as

recognition of informal and informal training, improvement of career guidance services and expansion of access to education. The author argues that the study of modern models of professional education and training in the European Union can become the basis for increasing the attractiveness and integration of professional education in Ukraine's cooperation with the EU, supporting its reformation and integration into the world educational and scientific space.

2.10. Anna Karahodina. The influence of facilitation on the economic indicators of companies. This research article aims to investigate the impact of facilitation on the efficiency and economic results of enterprises. Facilitation, as a process of facilitating work processes and communication in the center, has become a factor in the modern business environment of the organization. This article examines different approaches to analyzing the impact of facilitation on key indicators of economic productivity of companies. This topic allows us to think about how improving communication and process management through facilitation can affect the financial condition and competitiveness of enterprises. It may also be of interest to business leaders and managers who intend to improve their organizational practices to achieve better economic results.

2.11. Tetiana Kviatko, Margarita Rusanova, Iryna Pakhomova. The current state of development of marketing activities in Ukrainian organisations. A lot of things are changing in modern life. And what was considered impossible and unpromising a few years ago is now becoming possible and real. This directly applies to marketing in the social sphere in general, and the education system in particular. This article is devoted to the genesis of the formation of marketing in the social sphere. The article examines in detail the factors that determined the prospects for the development of marketing in the social sphere in the context of socially responsible management in the formation of a perfect organization of the XXI century. The central aspect of the article is the definition of the role of modern marketing in changing the culture of the organization and the thinking of its employees. The basic difficulties of implementing these changes are presented.

2.12. Iryna Sievidova, Marcin Budzinski, Natalia Babko. Financial planning as a key to the success of the hotel and restaurant business. The article examines the peculiarities of financial planning in the hotel and restaurant business. The key aspects that affect financial activities in this area, such as seasonality, inventory management, marketing and advertising, are highlighted. The importance of investing in personnel, as well as in equipment and repairs is emphasized. The importance of cost control and flexibility in responding to market changes is emphasized. Recommendations for effective financial planning for enterprises in the field of hotel and restaurant services are provided.

2.13. Olha Stasiuk, Larysa Chmyrova, Natalia Fediai. Convergent trends between Ukraine and some EU countries in the transport sector as a manifestation of improved quality of life. The article provides a monitoring of indicators that demonstrate the positions of countries in the rankings of six international indices, revealing the functioning characteristics of the transportation sector, showing its positions on the international stage, and indirectly reflecting the impact of the transportation sector on the quality of life of the population. These indices include