

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет
Українська асоціація розвитку менеджменту та бізнес освіти
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Зеленогурський університет (Польща)
Львівський державний університет внутрішніх справ (Україна)
Люблінська політехніка (Польща)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Національний університет «Одеська політехніка» (Україна)
Одеський національний економічний університет (Україна)
Поморська вища школа в Старогарді Гданському (Польща)
Університет Догус (Туреччина)
Університет імені Коменського (Словаччина)
Університет Нортумбрія (Англія)
Університет Яна Кохановського (Польща)
Хмельницький національний університет (Україна)
Шаньдунський університет мистецтв (Китай)
Ясський технічний університет імені Георгія Асакі (Румунія)

МАТЕРІАЛИ

IX Міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-
ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»



м. Вінниця

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет
Українська асоціація розвитку менеджменту та бізнес освіти
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Зеленогурський університет (Польща)
Львівський державний університет внутрішніх справ (Україна)
Люблінська політехніка (Польща)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Національний університет «Одеська політехніка» (Україна)
Одеський національний економічний університет (Україна)
Поморська вища школа в Старогарді Гданському (Польща)
Університет Догус (Туреччина)
Університет імені Коменського (Словаччина)
Університет Нортумбрія (Англія)
Університет Яна Кохановського (Польща)
Хмельницький національний університет (Україна)
Шаньдунський університет мистецтв (Китай)
Ясський технічний університет імені Георгія Асакі (Румунія)

МАТЕРІАЛИ

IX Міжнародної науково-практичної конференції

«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»

Вінниця

ВНТУ

2026

Ministry of Education and Science of Ukraine
Vinnytsia National Technical University
Ukrainian Association for the Development of Management and Business Education
Zhytomyr Polytechnic State University (Ukraine)
Vasul' Stus Donetsk National University (Ukraine)
State Tax University
Western Ukrainian National University (Ukraine)
University of Zelena Hura (Poland)
Lviv State University of Internal Affairs (Ukraine)
Lublin Polytechnic (Poland)Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
Odessa National Polytechnic University (Ukraine)
Odessa National Economic University (Ukraine)
Pomeranian Higher School in Starogard Gdański (Poland)
Dogus University (Turkey)
Comenius University in Bratislava (Slovakia)
University of Northumbria (England)
Khmelnysky National University (Ukraine)
Jan Kochanowski University (Poland)
Shandun University of Mistresses (China)

MATERIALS

of the

IX International Scientific and Practical Conference
**«MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL
AND INNOVATION-INVESTMENT PROCESSES IN UKRAINE»**

Vinnytsia
VNTU
2026

УДК [336+330.341.1](477)

C-89

Видається за рішенням Вченої ради Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України

Редакційна колегія: **І. Ю. Єпіфанова**, доктор економічних наук, професор,
В. В. Джеджула, доктор економічних наук, професор

C-89 Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 12–13 березня 2026 року : збірник наукових праць [Електронний ресурс]. – Вінниця : ВНТУ, 2026. – 450 с.

ISBN 978-617-8163-90-7 (PDF)

В матеріалах конференції висвітлено доповіді вітчизняних та іноземних науковців, які розглянуто на ІХ Міжнародній науково-практичній конференції 12-13 березня 2026 року в м. Вінниця.

УДК [336+330.341.1](477)

Роботи подаються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність інформації, яка наведена в роботах, та залишає за собою право не погоджуватися з думками авторів на розглянуті питання.

ISBN 978-617-8163-90-7 (PDF)

© Вінницький національний технічний університет,

укладання, оформлення, 2026

UDC [336+330.341.1](477)

Published by the decision of the Academic Council of Vinnytsia National Technical University of the Ministry of Education and Science of Ukraine

Editorial Board: **I. Yu. Yepifanova**, Doctor of Economics, Professor,

V. V. Dzhedzhula, Doctor of Economics, Professor

Modern trends in the development of financial and innovation-investment processes in Ukraine. Materials of the IX International Scientific and Practical Conference March 12–13, 2026: a collection of scientific papers [Electronic resource]. – Vinnytsia : VNTU, 2026. – 450 p.

ISBN 978-617-8163-90-7 (PDF)

The conference materials cover the reports of domestic and foreign scientists, which were considered at the IX International Scientific and Practical Conference on March 12-13, 2026 in Vinnytsia.

UDC [336+330.341.1](477)

The works are submitted in the author's edition. The editorial board is not responsible for the accuracy of the information, provided in the works, and reserves the right to disagree with the views of the authors on these issues.

ISBN 978-617-8163-90-7 (PDF)

© Vinnytsia National Technical University, 2026

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

<i>Катерина Миколаївна Мельник</i> КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	1
<i>Катерина Юріївна Соколюк, Ігор Юрійович Соколюк</i> ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНИХ РИНКІВ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	4
<i>Тетяна Василівна Жибер</i> СПРОМОЖНІСТЬ ВИКОНАВЦЯ ЯК КЛЮЧОВА УМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПРИ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	7
<i>Ростислав Сорока</i> ВІЙСЬКОВІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	11
<i>Yaroslav Mozharivskiy</i> FINANCIAL MECHANISMS FOR THE RESTORATION OF CRITICAL INFRASTRUCTURE IN TERRITORIAL COMMUNITIES	13
<i>Єлизвета Кулікова</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	16
<i>Вікторія Руденко</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІСКАЛЬНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	19
<i>Оксана Вінницька</i> ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ	23
<i>Людмила Дідковська</i> ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ТВАРИННИЦЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	26
<i>Ірина Попова, Сергій Андрієнко</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ	29
<i>Тетяна Королюк</i> СТРУКТУРА ТА РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	33
<i>Павло Бондаренко</i> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ	37

<i>Любов Молдаван</i> ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ ЗДОРОВ'Я СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ.....	40
<i>Людмила Яценко</i> СИСТЕМА МАКРОЕКОНОМІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	44
<i>Сергій Шелудько</i> ФІНАНСИ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ТА ОБОРОНИ В АРХІТЕКТУРІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	47
<i>Надія Головай</i> ПОДАТКОВИЙ КОМПЛАЄНС ЯК ІНСТРУМЕНТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	51
<i>Людмила Яценко</i> СИСТЕМА МАКРОЕКОНОМІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	54
<i>Петро Миколайович Боровик, Ірина Олександрівна Удовенко, Роман Михайлович Рудий, Михайло Васильович Шемякін</i> ФІСКАЛЬНІ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ЦАРИНІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	57
<i>Оксана Онищенко, Аріна Никифорова</i> КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	59

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Олена Борисівна Жарікова, Лариса Гаврилівна Михальчишина</i> АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ДИНАМІКИ МІЖНАРОДНИХ РЕЗЕРВІВ УКРАЇНИ ЗА ВИДАМИ ІНСТРУМЕНТІВ.....	62
<i>Анна Володимирівна Чернихівська</i> REGENERATIVE SERVICE AND COMPETITIVENESS ADVANCEMENT IN HOSPITALITY AND TOURISM.....	65
<i>Олена Віталіївна Гончаренко</i> ГЛОБАЛЬНА ДИНАМІКА R&D-ВИТРАТ ЯК ЧИННИК МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	67
<i>Максим Леонідович Осадчий</i> ІННОВАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ УРБАНІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ.....	70
<i>Тетяна Зурабівна Гвініашвілі</i> CYCLICITY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT AS THE BASIS OF COMPETITIVENESS	73

<i>Людмила Удова, Олена Шубравська, Катерина Прокопенко</i> РИЗИКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ СВІТУ ТА УКРАЇНИ.....	76
<i>Раїса Володимирівна Грінченко</i> CURRENT STATE AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE COMPONENTS OF UKRAINE'S INNOVATION INFRASTRUCTURE.....	80
<i>Ольга Олександрівна Левицька, Ігор Євгенович Бараняк</i> МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ	82
<i>Тетяна Валеріївна, Гринько, Богдан Завалій</i> ВПЛИВ РІВНЯ ЦИФРОВОЇ ЗРІЛОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МСБ НА МОЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ.....	85
<i>Ірина Городняк, Мар'яна Яворська</i> ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ СПОЖИВАЧІВ	88
<i>Андрій Завербний, Мар'яна Псуй, Станіслав Луговський</i> ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДНОВЛЕННЯ, МОДЕРНІЗУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	91
<i>Наталія Олегівна Коваль</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	94
<i>Наталія Олегівна Коваль, Констянтин Григоров</i> ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	96
<i>Олег Рубель, Марина Кузнецова, Ольга Лабунська</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	98
<i>Валерія Писарькова</i> ЕКОСИСТЕМА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	102
<i>Larysa Zomchak</i> REBUILDING THROUGH INNOVATION: MODELING UKRAINE'S DEVELOPMENT PATH AMONG EUROPEAN ECONOMIES	105
<i>Оксана Литвин, Ірина Кирилюк</i> ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	107

<i>Інна Заблодська, Світлана Гречана</i> МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СТРАТЕГІЧНОМУ ЦИКЛІ УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЮ ГРОМАДОЮ	110
<i>Ольга Розгон</i> ЕЛЕКТРОМОБІЛЬ ЯК КОМПЛЕКСНИЙ ОБ'ЄКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	114
<i>Людмила Гейко</i> СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	116
<i>Андрій Краєвський</i> ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	118
<i>Вікторія Миколаївна Ільченко, Вікторія Віталіївна Любченко</i> LEAN-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	121
<i>Андрій Миколюк</i> ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ОСВІТИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ	123
<i>Антон Клименко</i> ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЦІЛЕЙ ЙОГО ОЦІНКИ.....	126
СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	
<i>Оксана Олександрівна Адлер</i> УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	129
<i>Віталій Володимирович Зянько, Аліна Сергіївна Яцун</i> ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	132
<i>Оксана Володимирівна Нікішина, Наталія Іванівна Носова</i> ДИНАМІКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ РИНКАХ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	135
<i>Діана Ігорівна Самойленко, Наталія Миколаївна Гуляєва</i> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	138
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Світлана Віталіївна Циганюк</i> УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОРТФЕЛЕМ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	141

<i>Тетяна Василівна Ткачук</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	144
<i>Юлія Володимирівна Терешко, Аліна Дмитрівна Сечіна</i> АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ESG-ІНДИКАТОРІВ.....	147
<i>Діана Самойленко, Наталія Гуляєва</i> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	151
<i>Ірина Вороніна, Наталія Гуляєва</i> ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	154
<i>Андрій Єременко</i> ЗАЛУЧЕННЯ ПРИВАТНОГО КАПІТАЛУ В СЕКТОРИ ПОДВІЙНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ: НОВИЙ ПРІОРИТЕТ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	157
<i>Леся Барабаш</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ПОВЕДІНКОВОГО ВПЛИВУ НАСЕЛЕННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	161
<i>Вікторія Шамота</i> ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ СЕКТОРУ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	165
СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД	
<i>Наталія Вікторівна Буреннікова</i> РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД НА ЗАСАДАХ SEE-УПРАВЛІННЯ: ОНОВЛЕНИЙ ПОГЛЯД НА СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ.....	168
<i>Віталій Володимирович Зянько, Віталіна Вячеславівна Коновал</i> УПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	172
<i>Оксана Безсмертна, Карина Семенчук</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ АВТОТОВАРІВ УКРАЇНИ	175
<i>Алла Миколаївна Лисенко</i> РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМ ФОРМУВАННЯМ	178

<i>Анатолій Леонідович Бержанір</i> НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	180
<i>Наталія Віталіївна Андрушкевич, Анастасія Василівна Польова</i> РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РЕСУРСНОЇ СТІЙКОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	182
<i>Єлизавета Іванівна Михайленко</i> СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ МІЖНАРОДНОГО ТЕРОРИЗМУ ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	185
<i>Інна Анатоліївна Бержанір</i> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА	187
<i>Інна Дейнега, Андрій Фігун</i> МЕДИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ - СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ.....	189
<i>Владислава Дмитрівна Камаєва</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	192
<i>Людмила Миколаївна Ткачук, Віталій Сергійович Шолота</i> ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	195
<i>Світлана Євгенівна Борисова, Олена Миколаївна Крук</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ.....	198
<i>Вікторія Вікторівна Ткаченко</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	201
<i>Сергій Андрійович Завербний, Наталія Віталіївна Топчак</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ТА ГІБРИДНИХ РИЗИКІВ.....	203
<i>Наталія Косар, Павло Заяць</i> ДЕТЕРМІНАНТИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ І МАРКЕТИНГОВІ ІНТЕРВЕНЦІЇ НА РИНКУ КОРМІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН	206
<i>Сергій Колотуха</i> СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ ТА МЕТОДИ ЇХ ПОДОЛАННЯ.....	209

<i>Оксана Онищенко, Макар Назаренко</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОЇ КРИЗИ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ВИКЛИКИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ	213
<i>Тетяна Шевченко</i> ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	216
<i>Руслана Гумінська</i> НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	218
<i>Ольга Рулінська</i> РИНОК ОРГАНІЧНОЇ АКВАКУЛЬТУРИ ЄВРОПИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	221
<i>Юлія Буй, Лілія Мариневич</i> SUCCESSFUL ADVERTISING CAMPAIGN PROJECTS: STRATEGIC PROSPECTS FOR BUSINESS DEVELOPMENT	225
<i>Маріанна Кічурчак</i> ЕМПІРИЧНА ОЦІНКА СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	228
<i>Наталія Олегівна Коваль, Ангеліна Цвігун</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЗАХІДНИХ МОДЕЛЕЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	230
<i>Олена Москвічова</i> ЦЕНТРИ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ КООРДИНАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ ТА АВІАЦІЙНІЙ ЛОГІСТИЦІ.....	232
<i>Геннадій Лавроненко</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СФЕРИ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	235
<i>Віталій Волощенко</i> ПОДАТКОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ	239
<i>Ірина Валеріївна Причена</i> СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	242
<i>Stanislav Gorbachenko, Olena Chepurna, Nikita Razinkin, Vladislav Skidan</i> FRAMEWORK AS A MANAGEMENT TOOL	245
<i>Слизова Біленко</i> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	248

<i>Любов Філатова, Микола Прадівляний</i> ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЕВОЛЮЦІЙНИХ РОЗРИВІВ.....	251
<i>Олександр Трегубов</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВИХ ПРАКТИК УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ	254
<i>Галина Погрішук</i> ШЛЯХИ ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	256
<i>Ірина Прекас</i> ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ	260
<i>Наталія Стручок, Валерій Дунаєвський</i> ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА НОВІ РИНКУ В ДИНАМІЧНИХ УМОВАХ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ	263
<i>Антон Валерійович Каспирович</i> АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДЛЯ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	265
<i>Віталій Володимирович Брославський</i> КЛЮЧОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	267
<i>Владислава Дмитрівна Камаєва</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	270
СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Наталія Миколаївна Данилюк</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ТА PR-СТРАТЕГІЙ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПРОДУКТУ	273
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко</i> AGILE FINANCIAL MANAGEMENT TOOLS AS A FACTOR IN BUILDING BUSINESS RESILIENCE TO CRISES	276
<i>Оксана Анатоліївна Онищенко, Кобріна Віталіївна Кобріна</i> РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПОТЕНЦІАЛОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	279
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Максим Віталійович Гордієнко</i> УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПП «ЕЛІТ ТРАНС»	282
<i>Валерій Валентинович Чичотка</i> SYSTEMATIZATION OF PRINCIPLES FOR ASSESSING ENTERPRISE POTENTIAL.....	285

<i>Vladyslav Kuznietsov</i> EXPANDING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BEYOND A SINGLE SECTOR	288
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Олексій Петрович Паровой</i> ЛОГІСТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ПРОМАВТОМАТИКА ВІННИЦЯ»	290
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Макогін Владислав Ігорович, Макогін Владислав Ігорович</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТД «ВПОЛІ».....	292
<i>Оксана Онищенко, Ксенія Татарчук</i> УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	295
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Ірина Вікторівна Коняга</i> УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ ТОВ «ГК «АВТОСТРАДА».....	298
<i>Лілія Петрівна Руда, Віталій Ярославович Стрелецький</i> БАГАТОКУЛЬТУРНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ІННОВАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УКРАЇНІ	301
<i>Ніна Олександрівна Корнелюк</i> ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ФОРМАКС ГРУП»).....	304
<i>Любов Дзюбенко, Аліна Савчук</i> УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	307
<i>Марина Мельникова</i> ЩОДО ПЕРЕХОДУ ДО ЦИФРОВИХ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	310
<i>Ірина Юріївна Єніфанова, Євгеній Григорович Шевчук</i> ПРИНЦИПИ БЕЗПЕКООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	313

<i>Ірина Нестеренко, Олександр Семенов</i> ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	315
<i>Ruslana Levkina, Yana Kotko, Oksana Kulinich</i> STRATEGIC IMPERATIVES FOR THE INCLUSIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES WITHIN THE BUSINESS DIGITAL TRANSFORMATION PARADIGM	319
<i>В'ячеслав Васильович Джеджула, Дмитро Григорович Шевчук</i> ПОКАЗНИКИ І МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДАХ.....	322
<i>Максим Сергійович Пахомов, Наталя Юріївна Єршова</i> ВПЛИВ СИМЕТРИЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА СТАБІЛЬНІСТЬ СТРАХОВОГО РИНКУ ПІСЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН У SOLVENCY II.....	326
<i>Тетяна Дмитрівна Нечипоренко, Максим Віталійович Гордієнко</i> УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПП «ЕЛІТ ТРАНС»	330
СЕКЦІЯ 6. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, ФІНТЕХ ТА ІТ-ІНСТРУМЕНТИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ	
<i>Наталя Петрівна Юрчук</i> ДАНІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС У ПЛАТФОРМНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	333
<i>Світлана Михайлівна Ганзюк, Євгенія Сергіївна Судак</i> МІСЦЕ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У СФЕРИ ФІНАНСІВ	336
<i>Яна Дербеньова, Вікторія Журило</i> ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A DRIVER OF CONSUMER BEHAVIOR TRANSFORMATION.....	339
<i>Олена Анатоліївна Біловодська, Уляна Мирославівна Подолян</i> КОРИСТУВАЦЬКИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	342
<i>Ілона Юріївна Думанська</i> ІНТЕГРАЦІЯ ЧЕРЕЗ ДАНІ: РОЛЬ ЦИФРОВИХ МЕРЕЖ ДІАСПОРИ У МОДЕРНІЗАЦІЇ ІТ-ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	345
<i>Olga Degtiareva, Tetiana Kuklinova, Valeriia Slatvinska, Volodymyr Hura, Oleksandr Zadereiko</i> MODERN CONTEXT OF DIGITAL RESILIENCE AND RISK MANAGEMENT IN AI-RELATED INNOVATION PROJECTS	348

<i>Галина Сергіївна Кукель</i> ІННОВАЦІЙНІ ПАРАДИГМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ РИНКОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ	351
<i>Артур Ременяк, Микола Шевчук, Руслан Шевчук</i> ФІНАНСОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ.....	354
<i>Олег Церкавнюк, Ірина Білик</i> МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЙ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ DIGITAL-СИСТЕМ	357
<i>Інна Дейнега, Ігор Клим</i> МОДЕРНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	359
<i>Ольга Дубінчук, Ганна Костенко</i> РОЗВИТОК БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	363
<i>Маркіян Трач</i> ЦИФРОВІЗУВАННЯ ДОКУМЕНТАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР РОЗВИВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРУВАННЯ	366
<i>Олена Анатоліївна Сметанюк, Дмитро Олександрович Цісар</i> ОЦІНЮВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЗРІЛОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	369
<i>Lilii Nikiforova, Anatolii Shyian</i> CHALLENGES AND PROSPECTS FOR DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION.....	372
<i>Оксана Музиченко-Козловська, Юрій Паньків</i> МАРКЕТИНГОВІ ТА ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД.....	375
<i>Ольга Кирильчук, Олена Красота</i> НОВА АРХІТЕКТУРА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ПЛАТФОРМІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	378
<i>Юлія Улянич, Костянтин Улянич</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ.....	382
<i>Ірина Нестеренко</i> ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПЛАТФОРМНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ.....	385
<i>Світлана Бурденюк</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ ТА ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ ЯК ВЗАЄМОДОПОВНЮЮЧІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ФІНТЕХ-РИНКУ УКРАЇНИ	389

<i>Тарас Данилович, Олександр Бунак, Ігор Паньків</i> СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІТ-СФЕРИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	392
<i>Роман Миколайович Пасічник, Валерія Юріївна Корчорба</i> МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	396
<i>Микола Нагорянський, Денис Вербас</i> ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ..	400
<i>Максим Годлевський</i> ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКОГО БРЕНДИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	403
<i>Владислав Сидорчук, Інна Сидорчук</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ: НАСЛІДКИ ТА РИЗИКИ	407
<i>Ольга Георгіївна Ратушняк, Марія Михайлівна Кацага</i> ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	410
<i>Вікторія Яновська, Олена Пилипенко, Максим Ходаківський</i> МАРКЕТИНГ SAAS-ПРОДУКТІВ: АНАЛІТИЧНІ МОДЕЛІ ТА МЕТРИКИ УПРАВЛІННЯ ЗРОСТАННЯМ.....	413
<i>Вікторія Вікторівна Гурочкіна, Ганна Олександрівна Панасенко</i> ТЕХНОЛОГІЧНИЙ СУВЕРЕНІТЕТ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	416
<i>Лілія Благодир</i> ЦИФРОВА ВАРТІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ АКТИВ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ЕКОСИСТЕМ.....	419
<i>Ілона Юріївна Думанська</i> ІНТЕГРАЦІЯ ЧЕРЕЗ ДАНІ: РОЛЬ ЦИФРОВИХ МЕРЕЖ ДІАСПОРИ У МОДЕРНІЗАЦІЇ ІТ-ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	425
<i>Дмитро Олегович Герасименко</i> REENGINEERING PAYMENT PROCESSES IN THE PRIVATE HEALTHCARE SECTOR IN THE CONTEXT OF DIGITAL ASSETS	428
<i>Єлизавета Зелінська</i> ЦИФРОВА ВАЛЮТА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ (CBDC) ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ТІНЬОВІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	431

ІННОВАЦІЙНІ ПАРАДИГМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ РИНКОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено трансформацію концептуальних засад маркетингових комунікацій під впливом цифровізації та зміни глобальних ринкових парадигм. Проведено теоретико-прикладний аналіз сучасних тенденцій, зокрема переходу від традиційних моделей просування до інтегрованих екосистем взаємодії зі споживачем у середовищі VUCA та BANI. Особливу увагу приділено інноваційним інструментам, таким як нейромаркетинг, штучний інтелект (AI), доповнена реальність (AR) та персоналізований діджитал-сторітелінг. Визначено роль етичного маркетингу та соціальної відповідальності як ключових чинників формування лояльності в сучасній економіці вражень. Обґрунтовано необхідність синергії технологічних інновацій та емоційного інтелекту для забезпечення конкурентоспроможності бізнесу.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації (ІМК), цифрова трансформація, нейромаркетинг, штучний інтелект у маркетингу, стратегія бренду, діджитал-маркетинг, VUCA-світ, лояльність споживачів, івент-маркетинг, гіперперсоналізація.

INNOVATIVE PARADIGMS OF MARKETING COMMUNICATIONS IN MODERN BUSINESS: THEORETICAL AND APPLIED ANALYSIS OF MARKET TRENDS

Abstract

The paper investigates the transformation of the conceptual foundations of marketing communications under the influence of digitalization and shifting global market paradigms. A theoretical and applied analysis of current trends is conducted, specifically focusing on the transition from traditional promotion models to integrated consumer engagement ecosystems within VUCA and BANI environments. Special attention is paid to innovative tools such as neuromarketing, Artificial Intelligence (AI), Augmented Reality (AR), and personalized digital storytelling. The role of ethical marketing and social responsibility is identified as a key factor in building loyalty in today's experience economy. The study substantiates the necessity of synergy between technological innovation and emotional intelligence to ensure business competitiveness.

Keywords: Integrated Marketing Communications (IMC), digital transformation, neuromarketing, AI in marketing, brand strategy, digital marketing, VUCA world, consumer loyalty, event marketing, hyper-personalization.

Вступ

Динамічна трансформація глобального інформаційного простору та стрімкий розвиток цифрових технологій зумовлюють необхідність перегляду традиційних підходів до формування маркетингових стратегій. В умовах переходу від транзакційної моделі маркетингу до ціннісно-орієнтованої парадигми, особливого значення набуває інтеграція комунікаційних каналів на засадах синергії, персоналізації та технологічності.

Метою роботи є аналіз інноваційних трансформацій у сфері маркетингових комунікацій, зокрема впровадження штучного інтелекту, нейромаркетингових інструментів та технологій імерсивності, а також визначення їх ролі у підвищенні конкурентоспроможності брендів в епоху цифровізації.

Результати дослідження

Еволюція концепції ІМК демонструє зміщення акценту з простого інформування на створення екосистеми навколо споживача. Традиційна модель 4P трансформується у 4C (Customer, Cost, Convenience, Communication), де інтеграція стає синергією сенсів. На відміну від традиційного маркетингу, цифровий підхід дозволяє значно точніше сегментувати аудиторію та персоналізувати пропозиції.

Важливим аспектом є комунікація в епоху BANI (крихкість, тривожність, нелінійність, незрозумілість). Це змушує бренди реагувати миттєво через Real-time marketing. Гіперлокалізація та емпатичний маркетинг стають інструментами вирішення болю клієнта «тут і зараз».

Емпатичний маркетинг допомагає зменшити тривожність споживачів у BANI-світі, зміщуючи акцент із продажів на H2H-підхід. М'який тон комунікації, відсутність клікбейту та контент, який дарує відчуття спокою і контролю, є основою такого методу. Використовується соціальне слухання для виявлення страхів аудиторії та надання підтримки.

Ситуативний маркетинг ефективніше працює в умовах нелінійності, коли довгострокове планування не приносить результатів. Бренди повинні оперативнo реагувати на події, використовуючи активний контекст. Newsjacking стає інструментом для швидкого включення в актуальний інформаційний простір.

Гіперлокалізація повертає людину до зрозумілого, створюючи зв'язок бренду з локальним середовищем. Геотаргетинг та локальний сторітелінг сприяють зміцненню цього зв'язку через підтримку місцевих ініціатив чи використання зрозумілих елементів культури.

Крихкість бренду потребує стійкості: прозорість і чесність стають ключем до подолання кризових ситуацій. Визнання помилок у реальному часі допомагає зберегти репутацію краще, ніж ідеальний зовнішній образ.

В звітах Accenture зазначається, що в умовах економічної та соціальної нестабільності споживачі відчувають, що бренди стають менш людяними, фокусуючись лише на прибутку. В епоху BANI емпатичний маркетинг – це не просто ввічливість, а стратегія виживання. Актуальним трендом є «The Great Wait» (Велике очікування), яке свідчить про те, що споживачі готові витратити більше часу на отримання якісного та етичного сервісу, якщо відчувають щирю підтримку, а також розуміння їхніх потреб і викликів[1].

Сучасним інструментом дослідження споживчої поведінки є нейромаркетинг, зокрема застосування психосемантичних тригерів. Інноваційний підхід у цій сфері базується на використанні знань про функціонування мозку, зокрема таких технологій, як відстеження рухів очей (Eye-tracking) та електроенцефалографія (EEG), з метою розробки контенту, що успішно долає раціональні бар'єри свідомості споживача. Додатково залучення архетипів і сенсорного маркетингу сприяє формуванню глибокої емоційної прихильності на підсвідомому рівні, що забезпечує тривалу лояльність до бренду чи продукту.

Діджитал-трансформація поступово стає ключовим трендом, а технології штучного інтелекту, аналіз великих даних (Big Data) та гіперперсоналізація відіграють у цьому центральну роль і революційно змінюють підходи до ведення бізнесу. Штучний інтелект зараз виконує ключову роль не лише у створенні текстового контенту, поєднуючи функції висококласного копірайтера, але й стає незамінним аналітичним ресурсом для бізнесів будь-якого масштабу. Завдяки можливостям предиктивної аналітики компанії здатні передбачити бажання та потреби своїх клієнтів ще до того, як вони самі усвідомлять їх. Це дозволяє їм пропонувати індивідуальні рішення у найвідповідніший момент, зокрема через персоналізовані маркетингові звернення в каналах пошукової реклами (SEA) або соціальних медіа (SMM).

Основні технологічні засоби, які формують цю нову реальність, включають інтерактивні чат-боти з використанням великих мовних моделей (LLM), що базуються на інноваційних платформах типу Gemini або GPT. Ці боти не лише відповідають на запити користувачів, але й активно адаптуються до їхніх очікувань і настроїв. Додатково, алгоритмічне медіапланування забезпечує оптимальне розміщення реклами через аналіз даних у реальному часі, забезпечуючи точне націлювання. При цьому динамічний контент робить можливим постійне оновлення рекламних матеріалів відповідно до поведінкових особливостей цільової аудиторії.

Разом ці інструменти створюють потужне середовище для розвитку бізнесу, дозволяючи компаніям бути на крок попереду своїх конкурентів, ефективніше взаємодіяти з клієнтами та підвищувати лояльність до свого бренду. Це лише початок нової ери взаємодії між бізнесом і споживачем, де технології стають одними з головних драйверів успіху.

Таким чином, штучний інтелект перетворюється на головний інструмент аналітики, допомагаючи компаніям передбачати потреби клієнтів завдяки предиктивній аналітиці. Сучасні дослідження показують, що 71% споживачів очікують персоналізованого підходу, тоді як компанії, які впроваджують стратегії гіперперсоналізації, демонструють темпи зростання на 40% швидші. Інтеграція аналізу великих даних з CRM-системами стає необхідністю для ефективної автоматизації взаємодії з клієнтами [2].

Сучасні технології доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності стають незамінними інструментами в багатьох сферах. Імерсивність поступово перетворюється на новий стандарт. Наприклад, можливість за допомогою смартфона "приміряти" меблі чи одяг значно підвищує конверсію, збільшуючи її в середньому на 94%. Крім того, AR-технології ефективно вирішують

проблему відсутності фізичного контакту у сфері електронної комерції, що дозволяє зменшити кількість повернень товарів на 25-30% [3].

Сучасний підхід до просування продукції чи послуг активно змінюється, і одним із найбільш ефективних інструментів сьогодні є інфлюенсер-маркетинг. Довіра до традиційної реклами поступово знижується, що підтверджується даними: лише 8% людей схильються до довіри великим знаменитостям як надійним промоутерам брендів. Натомість популярність мікро-інфлюенсерів, які мають аудиторію у межах 10-50 тисяч підписників, стрімко зростає, адже вони демонструють на 60% вищий рівень залученості в порівнянні з масштабними зірками. Завдяки їхній автентичності та більш особистому підходу до взаємодії зі своїми фанатами цей сегмент стає надзвичайно перспективним для бізнесу. У 2024 році кожен долар, інвестований у цей маркетинговий канал, забезпечував середній прибуток у розмірі 5,78 дол. США, що робить його одним із найрентабельніших способів комунікації з цільовою аудиторією [4].

Сьогодні етичний маркетинг та соціальна відповідальність (CSR) виступають ключовими інструментами у роботі брендів. Сучасні споживачі, особливо представники покоління Z, звертають увагу не лише на товар, а й на цінності, які транслює компанія. Такі аспекти, як екологічність, інклюзивність і прозорість у веденні бізнесу, стають основними акцентами в комунікаційних стратегіях.

Проте існує ризик – явище Greenwashing, тобто імітація екологічних ініціатив, здатне суттєво підірвати репутацію компанії.

Висновки

Ефективність сучасного digital-маркетингу базується на вдало організованій і злагодженій взаємодії декількох ключових елементів: створенні високоякісного, цільового контенту, застосуванні потужних аналітичних інструментів, а також дотриманні принципів етичного підходу до управління бізнесом. У сучасних умовах багато компаній стикаються з низкою викликів, серед яких особливо виділяються недостатній рівень цифрової грамотності серед працівників, а також потреба у впровадженні наскрізної аналітики, яка дає змогу оптимізувати бізнес-процеси і значно покращити розуміння споживацької поведінки. Однак справжній успіх і здатність утримувати конкурентні позиції на міжнародній арені можливо досягти лише завдяки гармонійному поєднанню алгоритмічної точності, яку забезпечують сучасні інструменти штучного інтелекту, з гуманістичними чинниками - емпатією та практикою корпоративної соціальної відповідальності (CSR). Саме таке інтегроване поєднання технологічних інновацій і морально-етичних цінностей є запорукою довгострокового розвитку та успіху брендів у глобальній економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Accenture. (2024). Accenture Life Trends 2024: Life Trends 2024 Full Report. URL: <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/document-2/Accenture-Life-Trends-2024-Full-Report.pdf> (дата звернення: 27.02.2026).
2. McKinsey & Company. (2021) The value of getting personalization right – or wrong – is multiplying. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying> (дата звернення: 27.02.2026).
3. Scribd Inc.(2021) Snap Consumer AR: Global Report 2021. URL: https://www.scribd.com/document/773425362/Snap-Consumer-AR-Global-Report-2021?language_settings_changed=English (дата звернення: 28.02.2026).
4. Influencer Marketing Hub. (2024). The State of Influencer Marketing 2024: Benchmark Report. URL: https://influencermarketinghub.com/ebooks/Influencer_Marketing_Benchmark_Report_2024.pdf (дата звернення: 28.02.2026).

Кукель Галина Сергіївна – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kukel@vntu.edu.ua

Kukel Halyna S. – Cand. Sc. (Econ), Associate Professor at the Department of management, marketing and economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia e-mail : kukel@vntu.edu.ua

Електронне наукове видання

МАТЕРІАЛИ
ІХ Міжнародної науково-практичної конференції
«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТА
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ»
12-13 березня 2026 року

Збірник доповідей

Матеріали подаються в авторській редакції

Підписано до видання 26. 05.
2026 р. Гарнітура Times New
Roman. Обсяг 12,3 Мб.
Зам. № P2026-068

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
Редакційно-видавничий відділ.

ВНТУ, ГНК, к. 114.
Хмельницьке шосе, 95,
м. Вінниця, 21021.
press.vntu.edu.ua,
Email: irvc.vntu@gmail.com.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.