

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА БІЗНЕС ОСВІТИ
COMRAT STATE UNIVERSITY
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE
SCIENCE AND RESEARCH INSTITUTE OF SOCIAL
AND ECONOMIC DEVELOPMENT**



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

17 -19 квітня 2024 р.

Київ – 2024

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

Рекомендовано до друку
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук
Національного університету «Києво-Могилянська академія»
(протокол № 3 від 22 квітня 2024 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції 17-19 квітня 2024 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т.1. – 632 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників II Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 17-19 квітня 2024 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: новітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

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

ISBN 978-966-518-845-2

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2024 р.

СЕКЦІЯ 1. НОВІТНІ ПАРАДИГМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

<i>Артюхіна М. В., Задорожна Н.П.</i> Якість медичних послуг	33
<i>Бочарова Н.А., Дорош А.Г., Полана К.Р.</i> Тайм-менеджмент: сучасний та ефективний інструмент для оптимізації управління часом	35
<i>Vulyk O. V.</i> The development tendencies of modern marketing in the conditions of digitalization	38
<i>Бурашнікова О.С.</i> Формування новітньої парадигми податкової системи у країнах ЄС	40
<i>Бурбело Н.О.</i> Передумови впровадження гібридного підходу до управління компанією	44
<i>Вараксіна О.В., Малащенко А.С.</i> Створення стійких конкурентних переваг: підходи до управління в умовах економічних криз	46
<i>Горохова Л.П.</i> Тренди розвитку освітнього простору України в умовах еколого-інформаційного прогресу	48
<i>Гудзь П.В., Кузякін А.</i> Вектори впливу діджиталізації на управлінську діяльність організацій	51
<i>Гужавіна І.В.</i> Напрямки підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства	54
<i>Гуменна О.В.</i> Сучасні економічні моделі в управлінні сталим розвитком	56
<i>Гусаковська Т.О., Войт Б.Р.</i> Система комунікацій організації та її основні складові	59
<i>Дейнега І.О., Карпач Р. А.</i> Концепт конкурентоздатності підприємств пивоварної промисловості	62

Дідковська Л.І.	
Водний менеджмент під час війни	65
Жолонко Т.В.	
Практичні аспекти реалізації лідерства як служіння	68
Жукова Л.М., Лобач І.С.	
Роль інформаційних технологій в системі менеджменту підприємства	70
Закорко Ю.В., Лиса С.С.	
Маркетингові комунікації майбутнього: інновації та тренди	73
Зінченко О.А.	
Зелений контекст міжнародного менеджменту	75
Kejia Feng	
The cooperative component of enterprise interoperability in the manufacturing sphere	77
Коваленко О.В., Дробишева О.О.	
Перспективи інтелектуалізації бізнесу як одного із засобів переходу до industry 4.0	80
Ковшова І.О., Кирилюк А.В.	
Ключові етапи історичного розвитку маркетингового менеджменту	83
Козаченко А.І., Порфіренко В.І.	
Інтенсивний маркетинг як запорука вдалого розвитку підприємства	85
Korshak Yu.S.	
The influence of martial status on the transformation of modern management practices at ukrainian enterprises	87
Коровіна О.В., Довгань А.О.	
Подієвий маркетинг: нові перспективи	90
Крисько Ж.Л.	
Впровадження нових підходів до управління медичними закладами	91
Лазоренко Т.В., Філоненко Д.В.	
Удосконалена модель «подвійного алмазу»	94
Леньова К.В.	
Складові ефективної системи performance management	97
Лінькова О.Ю.	
Новітні парадигми розвитку менеджменту	99

Ляшенко-Щербакова В.В. Ефективність діяльності фармацевтичних підприємств: сучасні виклики та механізми вирішення	102
Метеленко Н.Г., Сіліна І.В., Ткаченко Є.Ю. Зарубіжний досвід повоєнної відбудови України: вироблення стратегічної візії	104
Мещенко Н.О., Ус М.І. Маркетингова товарна політика сучасного підприємства	107
Миськів П.С., Моголова М.М. Управління збутом продукції	109
Нестеренко Т.С. Тайм-менеджмент: шлях до ефективності	113
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г. Нові теорії впливу інформаційно-проривних технологій на людину, освіту, культуру і туризм	115
Нікіфоренко А.А. Значення soft skills для бізнесу у 21 столітті	119
Пасічник Ю.В. Концептуальні основи менеджменту трудовими ресурсами у сільських територіальних громадах	122
Поляк К.Ю. Симбіоз традиційного менеджменту та штучного інтелекту як відповідь на виклики сучасності	124
Попова Г.В., Танська О.О. Інструменти формування ділової онлайн-репутації організації	127
Петрова Я.С. Особливості формування маркетингової комунікаційної політики неприбуткових організацій	129
Рибалко-Рак Л.А., Кужель Н.Л., Загуба А.А. Most-аналіз як інструмент менеджменту сучасної організації	132
Рішняк О.Р. Аутсорсинг як інструмент удосконалення маркетингової діяльності підприємства	133
Росоха В.В. Поведінка виробників і споживачів на ринку молока та молочної продукції	135

<i>Tarasovych L.V.</i>	
Marketing management as a tool to affect business performance	138
<i>Терещенко І.О., Артеменко О.Ю.</i>	
Формування антикризової маркетингової стратегії підприємств	141
<i>Терещенко І.О., Комар В.П.</i>	
Оцінка маркетингового механізму антикризового управління збутовою діяльністю підприємств АПК	143
<i>Ткаченко І.П., Ковтун-Брагар М.В.</i>	
Управління інноваційними процесами на АТ «Гідросила»: удосконалення систем	146
<i>Трояновська З.А.</i>	
Пріоритетні фактори впливу на поведінку споживача в умовах воєнного стану	149
<i>Тума С.Г., Яковенко Я.Ю.</i>	
Трансформація управлінських підходів у реалізації експортного потенціалу в умовах післявоєнної економіки України	152
<i>Устік Т.В.</i>	
Особливості креативного маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу	154
<i>Чеботарьов В.А., Чеботарьова Н.М.</i>	
Крос-культурний маркетинг-менеджмент: основи формування, зміст і верифікація наукової гіпотези	157
<i>Чигрін В.В.</i>	
Концепція життєвого циклу як інструмент управління інвестиційним розвитком транспортного підприємства	160
<i>Шаломова А.О. Ігнат'єва І.А.</i>	
Дослідження ролі інноваційного лідерства у формуванні інноваційної культури та інноваційної діяльності в організації	162
<i>Шевченко О.О.</i>	
Новітні парадигми розвитку сільського господарства України	164
<i>Юрик Н.Є., Мучинська Ю.В., Юрик Ю.І.</i>	
Базові емоції в управлінській роботі менеджера	167

Якобчук В.П., Ходаківський Є.І.	
Родові поселення – інноваційний досвід публічного управління та адміністративного менеджменту територіальних громад	169
Яковенко Р.В., Болгаров І.С.	
Управління організаційним розвитком ТОВ «Астра Косметик» на основі інновацій	171
Яковенко Р.В., Круценко Д. А.	
Управління якістю продукції ТОВ «ЮГОС»	173

СЕКЦІЯ 2.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Алексеева Л.М.	
Аналіз конкурентного середовища промислового підприємства	176
Андрушків Б.М., Бойко О.Б., Боярчук Н. А.	
Особливості розвитку системної інтеграції в управлінні суб'єктами господарювання у воєнний та повоєнний періоди	179
Близнюк А. О., Ковальова М.В.	
Обґрунтування виробничої програми підприємства з позиції маркетингу	181
Буряк О.М.	
Формування маркетингових стратегій управління збутовою діяльністю підприємств апк	183
Вернюк Н.О., Григорян Р.Х.	
Оцінка ризиків у діяльності сільськогосподарських підприємств в умовах невизначеності	185
Вольська О.М.	
Механізми публічного управління соціальним розвитком міста	189
Ганущак Т.В.	
Ризик-менеджмент у ритейлі: досвід країн ЄС та України	191
Гончар Л.В., Єрмак Є.С.	
Оцінка конкурентоспроможності підприємства	193

Грищук Р.О.	
Планування нового виробництва як напрям реалізації маркетингової стратегії підприємства	197
Завербний А.С., Псуй М.С., Завербний С.А.	
Значення системи управління репутаційними ризиками за умов стабільного економічного розвитку	199
Zozulov O. V.	
Determination of consumer motives using the algebra of expressions during marketing research of innovative goods	202
Yang Yingbin	
Patterns of the enterprise's organizational transformations under increasing market environment volatility conditions	205
Карпінська К.О.	
Формування стратегії управління ризиками на підприємстві	207
Козир О.В., Філіппова В.Д.	
Стратегія соціального розвитку сучасного міста	210
Крамської Д.Ю., Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г.	
Управління міжнародними проектами на основі наукових досліджень	212
Куц О.С., Гончар Л.В.	
Особливості визначення економічної сутності активів підприємства	215
Кучіна С.Е., Перерва П.Г., Дівенок Б.К.	
Особливості бізнес -планування зовнішньо-економічної діяльності	218
Lazarenko Y.O.	
The role of strategic open innovation capabilities in achieving sustainable competitive advantage of a company	221
Лаціннікова Д.В.	
Особливості збутової політики у сфері послуг	224
Лисенко М.В., Гавриленко Т.В.	
Сучасні інструменти управління маркетинговою діяльністю	226
Лозов'ягін С.І.	
Стратегічні заходи з удосконалення збутової діяльності підприємства	229
Максимов М.С.	
Принципи та інструменти створення позитивного іміджу підприємства	232

<i>Махаммедова К. Ж.</i>	
Маркетингові заходи стимулювання збуту	235
<i>Медвідь В.Ю., Єгорова О.В.</i>	
Загальна характеристика емпіричних методів дослідження в стратегічному плануванні розвитку громад	237
<i>Метеленко Н.Г. Баженов Є.В., Скидін П.В.</i>	
Повоєнна реструктуризація галузей промисловості в контексті нарощування доданої вартості	240
<i>Молдаван Л.В.</i>	
Управління ринком сільськогосподарських земель в контексті сталого розвитку.	242
<i>Муштай В.А.</i>	
Ринкові тренди в формуванні поведінки споживачів	247
<i>Немченко В.В., Немченко Г.В.</i>	
Маркетинг у соціальних мережах для України: особливості в умовах повномасштабного вторгнення	250
<i>Oleksiienko Roman</i>	
Some ways of applying the sustainable development approach in the strategic management of the company	251
<i>Орабіна Т. М., Марічереда В. Г.</i>	
Управління демографічним розвитком: шляхи подолання демографічної кризи в Україні	254
<i>Павлова О.В., Педь І.В.</i>	
Стратегічний аналіз основних факторів макросередовища промислового підприємства	257
<i>Попко О.В., Філатов В.В.</i>	
Застосування сегментації клієнтської бази для оптимізації стратегій лояльності у електротехнічних компаніях	260
<i>Pugachov M.I., Hutorov A.O.</i>	
Functional resilience characteristics of agro-economic systems	263
<i>Ратушняк В.В.</i>	
Шляхи активізації громадянського суспільства	265
<i>Резніченко А.О., Близнюк А.</i>	
Товарна політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства	267
<i>Родіонов Є.О.</i>	
Соціальна взаємодія влади і суспільства в умовах трансформації	270

Сенелюк А.С., Храпкіна В.В.	
Управління відносинами з клієнтами: сучасні тенденції B2B моделі	271
Сидоренко І.І.	
Маркетинговий потенціал як складова сталого розвитку підприємства	274
Сліпецький О.Є., Попко О.В.	
Визначення перспективних постачальників: маркетинговий аспект	276
Теренчук Р.В.	
Вплив трансформацій телевізійного контенту на функціонування суб'єктів медіаринку в умовах війни	279
Терещенко В.В.	
Життєвий цикл товару то його зв'язки з маркетинговими стратегіями	283
Ткаченко І.П., Марченко В.М.	
Удосконалення управління впровадженням інноваційних технологій на АТ «Ельворті»	286
Хилько І.І., Славська О.Ю.	
Системи та методи прийняття управлінських рішень в менеджменті	289
Цвілий С.М., Мамотенко Д.Ю., Корнієнко О.М.	
Стратегічний аналіз в антикризовому менеджменті компаній індустрії туризму	291
Церковнюк О.Е.	
Роль контент-маркетингу у просуванні ІТ-послуг в цифровому середовищі	294
Чукурна О.П., Лісецька Н.В.	
Вплив концепції смарт-спеціалізації на економічний розвиток	297
Шиян Н.І., Сітак І.Л.	
Проблеми інвестування у сферу клінічних досліджень України	299
Юр'єв Д.Ю.	
Стратегічний напрям маркетингової діяльності підприємства як важливий компонент розвитку бізнесу	302

Якимчук С.С.	
Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства в умовах нестабільної ситуації в країні	305
Яковенко Р.В., Круценко Д.А.	
Оцінка конкурентів ТОВ «ЮГОС» у контексті управління якістю	308
Якубовський Я.С., Кухарчук П.М.	
Роль громадських організацій у прийнятті управлінських рішень	310
Ярмоленко М.В.	
Умови та чинники формування стратегії маркетингу підприємства	312

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Балашова О.В.	
Застосування сучасних методів прогнозування інноваційної діяльності в організації підприємництва	315
Бикова Н.Е.	
Проблеми застосування методів менеджменту в організації	318
Бутенко Д.С., Пузач Є. В.	
Теоретичні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства	320
Височин І.В.	
Структурні параметри діяльності суб'єктів торговельного бізнесу в умовах воєнного стану	323
Вітряна Є.В.	
Формування ефективних комунікаційних процесів в організації	326
Грабовська І.В.	
Контролінг як інструмент реалізації стратегії стабільності підприємства в умовах кризи	329
Євтушенко Ю.В.	
Розвиток житлового будівництва як основа економічного відновлення країни	331

Кіндзерський Ю.В.	
Потенціал підприємницької держави для зеленого переходу в контексті повоєнного розвитку України	334
Клюс Ю.І., Фоменко Д.В.	
Необхідність підвищення інноваційної активності як фактору резистентності в умовах кризових ситуацій	337
Кобилінський О.Ю.	
Роль логістичного управління в торгівлі	340
Кобєлєва А.В., Климентова М.В., Перерва П.Г.	
Особливості оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології	342
Коверга С.В., Згоденко Р.О.	
Особливості інвестування в інноваційні проекти в одиничному виробництві машинобудівних підприємств	345
Колотюк О.І., Перерва П.Г., Зеленьк І.С.	
Оцінка впливу інтелектуальної власності на ефективність бізнес-процесів	349
Комнатний Є.І.	
Підходи до визначення поняття комерційної діяльності	352
Кириченко Л.О.	
Тенденції впливу маркетингових інновацій на конкурентоспроможність автомобільної індустрії	356
Куклінова Т.В., Куклінова С.І.	
Штучний інтелект у підвищенні прибутковості підприємницьких структур	358
Кулько Н.А.	
Конкурентоспроможність підприємств: сутність, види, методи оцінки	360
Куць Б.С., Чала Н.Д.	
Вплив війни на агропідприємства та потенційні шляхи розвитку	363
Литвиненко А.О., Пугач А.Ю.	
Визначення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності	366
Матукова Г.І, Шкварок А.К., Лісовенко Є.С.	
Соціальне підприємництво: актуальні питання розвитку	369

Медвідь В.Ю., Коломієць А.М.	
Кластери та ланцюжки доданої вартості громад: визначення та основні результати	371
Мельник В.В.	
Організація та захист комерційної таємниці у системі франчайзингу	373
Мірошник А.В.	
Життєвий цикл технологій: зміни та тренди	376
Павлюк С.І., Антикало К.В.	
Конкурентоспроможність потенціалу підприємства як чинник сталого розвитку	379
Паскаль Л.В.	
Економіка міст України: повоєнні сценарії відбудови в системі заходів влади	381
Петровська О. М.	
Соціальне підприємництво: поняття, типологія та чинники формування	383
Пилипенко В.А.	
Особливості конкурентоспроможності компанії на вітчизняному ринку послуг таксі	385
Підоричева І.Ю., Ляшенко В.І.	
Удосконалення інституціонального базису адаптації державної статистики у сфері інноваційної діяльності підприємств до вимог європейських стандартів	387
Пічкарь А.В., Гавриленко Т.В.	
Підходи до управління асортиментною політикою підприємства	390
Плотнікова М.Ф., Присяжнюк О.Ф.	
Родова садиба – інноваційний механізм відновлення та тренд розвитку країни	393
Сафонов І.В., Білявська Ю.В.	
Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни	396
Сербенівська А.Ю., Гільд В.І.,	
Особливості функціонування видавничих підприємств України під час військової агресії	398

Станьковська І.М., Шуніна О.І.	
Управління інноваціями як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства	401
Syaska Olena	404
Strategic directions development of PJSC “Kyivstar”	
Ткачук А.І.	
Розробка механізму антикризового управління підприємством	407
Тюхтенко Н.А.	
Інноваційне мислення як запорука успіху стратегічного управління бізнес-екосистемами	410
Удова Л. О.	
Вплив біоенергетики на розвиток аграрного сектору України	413
Уманець С.В.	
Розвиток відновлюваних джерел енергії як пріоритетний вектор енергетичної безпеки України	415
Цвілий С.М.	
Франчайзинг в системі маркетингового управління туристичним бізнесом	418
Цикулова А.Е.	
Інновації та підприємництво в умовах війни	420
Чернявська І.М., Трофименко В.Є.	
Застосування технологій інтерактивного маркетингу в управлінні збутовою діяльністю організації	424
Шапаров В.С., Метеленко Н.Г.	
Роль підприємництва у стимулюванні економічного зростання в умовах війни та повоєнного відновлення	426
Шкуропадська Д.Б., Ситник А.О.	
Роль інновацій у повоєнному розвитку економіки України	429
Шулик В.О.	
Вживання бізнесу в умовах війни – на межі коригування пріоритетів	430
Юрик Н.Є. Величко А.В., Петришин М.П.	
Вплив організаційних змін на удосконалення виробничої системи підприємства	433
Яковенко О.С.	
Просторовий розвиток територій у становленні будівельної галузі	435

Яковенко Р.В., Ткаченко Б.І.

Управлінські рішення у структурі управління конкурентоспроможністю компанії «Genie Sp» 437

СЕКЦІЯ 4. ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Бондарчук В.І., Лойко В.В.

Вплив операцій злиття та поглинань на інвестиційний розвиток міжнародного бізнесу 440

Вітер В.А.

Ідентифікація чинників активізації іноземного інвестування 443

Грінченко Р.В., Орленко О.М.

Енергоефективність як невід'ємний тренд розвитку сучасних компаній 446

Кожемякіна О.М.

Використання світового досвіду до стимулювання інвестицій в економіку України 448

Кучеренко В.М.

Основні ризики при створенні стартапів: сутність і класифікація 451

Литвиненко А.О., Жернова П.Р.

Формування основних аспектів конкурентоспроможності бізнесу 454

Линник О.І., Перерва П.Г., Бударіна Л.Г.

Стартап проектування в сфері міжнародного інноваційного підприємництва 458

Матросова В.О., Перерва П.Г., Курінний Д.О.

Венчурний капітал як міжнародна інвестиція 461

Матукова Г.І., Матукова - Ярига Д.Г., Конюшенко Д.Ю

Інновації в управлінні закладами охорони здоров'я : збалансована стратегія розвитку 464

Мельник Л.М., Будна Ю.А., Янч О.В.,

Харчові відходи у ресторанній галузі: підходи до управління та важливість екологічно відповідальної практики 466

Тітова О.В., Яковенко Р.В.	
Управління структурою та динамікою реалізації продукції ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»	469
Чукурна О.П., Сорочат Т.	
Вплив штучного інтелекту на ринок праці	471
Яковенко Д.В., Яковенко Р.В.	
Фактори успіху та конкурентні характеристики підприємства ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР»	474
Яковенко Р.В., Болгаров І.С.	
Система пропозицій в управлінні організаційним розвитком ТОВ «Астра Косметик»	477
Янч О.В., Будна Ю.А., Островська Г. Й.	
Ghost kitchens як сучасний феномен у громадському харчуванні та конкуренція з традиційними ресторанами	480

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Балабаш О.С., Лазебний В.О.	
Сучасні інструменти управління розвитком людських ресурсів ІТ-компанії	483
Barda K. V., Rozniak O. V.	
Effective staff motivation in times of crisis	486
Борщ В.І., Данилко М.	
Сучасні тренди в управлінні персоналом сфери охорони здоров'я України	488
Бочарова Н.А., Яровий І.О.	
Аналіз та визначення концепту "людський ресурс" у наукових дослідженнях	492
Варіс І.О., Потоскуєва А.Д.	
Сучасні тренди HR брендингу в світі та в Україні	495
Волков О.О.	
Сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом для ефективного масштабування бізнесу	498

<i>Герасименко Ю.С.</i>	
Стратегічне управління кваліфікованими робітниками у період повоєнного відновлення як один з ключових аспектів успішного економічного розвитку України	500
<i>Глушчевський В.В., Петухова О.В., Замахасєва К.О.</i>	
Стратегічний кадровий менеджмент: ситуаційне моделювання кадрової політики промислового підприємства	503
<i>Головніна О.Г., Сьомкіна Т.В.</i>	
Маркетинг цінностей: поняття, чинники формування, оцінка впливу на людський капітал	506
<i>Данилевич Н.С., Наумець З. О.</i>	
Роль корпоративного тайм-менеджменту в організації	509
<i>Дражнер Д.В.</i>	
Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах війни	512
<i>Єдинак В.Ю., Животова А.О., Масленникова А.А.</i>	
Вплив підбору персоналу на конкурентоспроможність неприбуткових організацій	514
<i>Заставний М.А.</i>	
Особливості трансформування системи менеджменту персоналу за умов глобалізування	517
<i>Іваненко В.С.</i>	
Управління персоналом як фактор конкурентоспроможності бізнесу	519
<i>Ізбаиш В.М., Кучмійова Т.С.</i>	
Розвиток моделей лідерства для ефективного керівництва в глобальному бізнесі	522
<i>Кармінська-Бєлоброва М.В., Бєлянїнова А. І.</i>	
Використання цифрових технологій на основі штучного інтелекту в управлінні персоналом	525
<i>Костюк Є.Р.</i>	
Управління продуктивністю праці на підприємстві	527
<i>Магас Н.В., Федишин Г.В.</i>	
Індикатори оцінки ефективності мотивації персоналу підприємства	531
<i>Markovych Iryna</i>	
Relationship between competence and skills in the context of the digital economy	534

<i>Морозова М.Е.</i>	
Формування професійної компетентності майбутніх викладачів вищої школи	536
<i>Пастухов О.С.</i>	
Управління лояльністю персоналу компанії	538
<i>Пелех О.Б., Главацька О.Г.</i>	
Ключові аспекти управління персоналом організації	541
<i>Пономарьов О.В.</i>	
Онбординг інструмент адміністративного менеджменту залучення та адаптації співробітників під час війни	544
<i>Поплавська О.М.</i>	
Пріоритети соціально відповідального управління персоналом	546
<i>Рагуліна А.О.</i>	
Управління людськими ресурсами: сучасні підходи та методи	549
<i>Сорока О.В.</i>	
Феномен токсичного HR-менеджменту в організації	552
<i>Феденко Д.О.</i>	
Використання візуальних конфігураторів як активного інструменту управління персоналом	554
<i>Шерстюк Р.П., Островська Г. Й.</i>	
Інтелектуальне лідерство як інструмент ефективного управління інноваційно-орієнтованим підприємством	556
<i>Яковенко Р.В., Болгаров І.С.</i>	
Навчання працівників у системі кадрового менеджменту ТОВ «Астра Косметик»	559

СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

<i>Борисова С.Є., Ільїн В.О.</i>	
Антикризова стратегія управління фінансовим станом підприємства: сутність та особливості	562
<i>Дячук О.Ф.</i>	
Управління підприємством на основі вартісних індикаторів	565

<i>Зайцева Т.А.</i> Теоретико-методичні аспекти оцінки фінансової стійкості підприємства	567
<i>Жорнова А. О.</i> Управління фінансовим станом підприємства в умовах воєнного стану	570
<i>Коваленко О.В., Козак О.О.</i> Бюджетування та інформаційне забезпечення антикризового управління металургійної компанії	573
<i>Кожемякіна Т.В., Романченко Н.В., Кожемякін М. О.</i> Проблема фінансування сфери охорони здоров'я та оцінка перспектив подальшого розвитку галузі	576
<i>Литвин Ю.В.</i> Дослідження ролі фінансової стратегії на підприємстві	578
<i>Матукова Г.І., Кривешко Л.С.</i> Проблеми фінансування закладів охорони здоров'я: шляхи вирішення	580
<i>Метеленко Н.Г., Глущевський В.В., Попова А.О.</i> Державні ініціативи фінансової підтримки розвитку підприємств переробної промисловості в умовах повоєнного відновлення України	583
<i>Мороз Ю.Ю.</i> Система показників для оцінювання кредитоспроможності бізнесу	586
Mukan Andrii The impact of financial market regulators on transfer pricing strategies of corporations	588
<i>Нагірняк М.Ф.</i> Податкова та облікова політика в сфері оподаткування прибутку	592
<i>Нечипоренко А.В.</i> Управління фінансами страхових компаній в контексті сучасних викликів	594
<i>Новік І.О., Перерва П.Г., Томілін І.О.</i> Визначення наслідків злитті та поглинання міжнародних бізнес-структур	597

Панічук О.В. Інформаційне забезпечення управління кредитоспроможністю	600
Петренко О.П., Терзман Т.В. Управління фінансовими ресурсами підприємства	602
Решетняк Т.В. Використання моделювання для удосконалення оцінки фінансового стану підприємств	605
Сіренко В.В., Шаповалова І.В. Вплив корпоративного управління на фінансові показники підприємства	608
Ситник Г.В., Малько Д.Д. Фінансове планування у забезпеченні сталого розвитку підприємства	610
Ситник О. О. Проблеми забезпечення кредитоспроможності підприємств в умовах воєнного стану	613
Стойко Г.В., Магас Д.О., Стойко В.В. Етапи управління процесом ціноутворення на підприємстві	614
Тютюнник Ю.М. Розробка стратегії управління активами підприємства	617
Цаль-Цалко Ю.С. Додана вартість в бізнесі: проблеми формування як об'єкту бухгалтерського обліку і оподаткування	619
Цегельник Н.І. Податковий контроль об'єктів оподаткування і бухгалтерського обліку податку на додану вартість	622
Черемісіна С.Г. Фінансово-кредитне забезпечення підприємств аграрного сектору економіки України в умовах війни	624
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С. Управління фінансами ТОВ «Торговельний дім «Гідросила»	628
Yan Le Enhancing methodological aspects of evaluation, monitoring, and control systems for enterprise investment activities	630

ТОМ 2.**СЕКЦІЯ 7.****КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ*****Бедій Н.***Імпакт-підприємництво як противага КСВ і відповідь на
глобальні виклики 15***Борщ Т.С., Бурбело Н.О.***Методи та інструменти формування соціальної
відповідальності підприємства 18***Бочарова Н.А., Даниленко К.О., Самойлова В.С.***Корпоративний світ України: види господарських товариств
та аспекти ефективного управління 20***Варава В.С., Білявська Ю.В.***Етапи становлення соціальної відповідальності в
міжнародному менеджменті та її сучасний стан 24***Волишуківа А.Є., Єдинак В.Ю.***Місце корпоративної культури в системі управління
персоналом бізнес-організації 27***Даниленко О.А.***Корпоративна культура в умовах трансформацій: ключові
аспекти та оцінювання ефективності 30***Дюжев В.Г., Подрез О.І., Коваленко В.В.***Особливості соціального партнерства в сфері міжнародної
економіки 33***Леонтенко О.М.***

Види соціальної відповідальності в управлінні персоналом 36

Лозова О.В., Пертель І.С., Конотопов І.С.Вплив конфліктів на рівень корпоративної культури
компанії 38***Мороз В.О., Шаповалова І.В.***Трансформація корпоративної культури в закладах
ресторанного господарства 40

Микитенко В.В. Забезпечення стійкості національної енергосистеми - соціальна відповідальність енергетичних бізнес корпорацій і розподіленої генерації	43
Ольховська А.Б. Корпоративна культура закладу охорони здоров'я як складова управління якістю медичного обслуговування	47
Пилипенко О.С. Становлення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу	50
Резніченко Ю.О., Шаповалова І.В. Трансформація корпоративної культури та соціальної відповідальності в корпоративну соціальну відповідальність	53
Сметанська І.О. Соціальна відповідальність підприємства як чинник його стійкого розвитку	55
Солярник Я.М. Корпоративна культура, як спосіб управління сучасним підприємством	58
Стефанишин О.Б. Потенціал покращення управління освітньою організацією на основі корпоративної культури	60
Толкачова Г.В., Зубенко Л.О. Особливості формування корпоративної культури підприємств сфери електронних комунікацій	63
Цимарно Г.В., Пилипенко О.С. Втілення принципів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність вітчизняного бізнесу	65
Швець П.А. Соціальна відповідальність бізнесу як механізм розвитку соціально-трудових відносин в Україні	69
Яковенко Р.В., Іванченко М.Р. Корпоративна культура у системі управління ТОВ «Онікс- Системз»	72

СЕКЦІЯ 8.
ЛОГІСТИЧНИЙ ТА ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ІНСТРУМЕНТАРІЙ СУЧАСНОСТІ

<i>Белінський М.О., Кавун-Мошковська О.О.</i> Оmnіканальність як інструмент сучасного логістичного менеджменту	75
<i>Безверхий І.А.</i> Ефективний менеджмент гнучких процесів у розробці, впровадженні та супроводі програмного забезпечення	77
<i>Болдирєва Л.М.</i> Вплив цифрових технологій на розвиток логістичного менеджменту	80
<i>Вернигородський І.Д.</i> Сучасні методи управління проєктами	82
<i>Горошкова Л.А., Меньшов О.І.</i> Логістична інфраструктура в умовах війни та повоєнного відновлення України	86
<i>Деренська Я.М.</i> Особливості використання матриці RACI в проєктному менеджменті	88
<i>Дромашко О.А.</i> Роль штучного інтелекту в модернізації управління проєктами та логістики	91
<i>Коверга С.В., Краснокутський О.А.</i> Особливості організації логістичної діяльності машинобудівних підприємств одиничного виробництва в районах, наближених до лінії зіткнення в Україні	94
<i>Кордяк М.О., Смерічевська С.В., Гречковська А.І.</i> Бюджетне планування в логістиці: фактори впливу та методи	98
<i>Курбанов Д.С., Сумець О.М.</i> Алгоритм впровадження проєктно-орієнтованого підходу до управління підприємствами будівельної галузі	102
<i>Максименко К.О., Могилова М.М.</i> Формування основних засобів у логістичній сфері на прикладі нової пошти	105

<i>Metelenko N.G., Ogloblina V.O., Reva V.O.</i>	
Operational and financial aspects of logistics business	108
<i>Микитас А.С., Серєда Н.М.</i>	
Роль цифровізації у вдосконаленні логістичних та проєктних процесів	110
<i>Огієнко С.О., Сумець О.М.</i>	
Обґрунтування важливості застосування логістичного менеджменту в діяльності підприємств	113
<i>Оглобліна В.О., Метеленко Н.Г., Селезньов К.О.</i>	
Маркетингове управління каналами розподілу торговельного підприємства	116
<i>Sobchyshyn V. M.</i>	
Interconnection of logistics strategy with functional strategies of the enterprise	119
<i>Снівакова Н.О., Сумець О.М.</i>	
Об'єкт, суб'єкт і детермінанти логістичного менеджменту	121
<i>Ткаченко І.П., Ільгевичус Р.Г.</i>	
Механізм управління матеріально-технічним забезпеченням в системі зовнішньоекономічної діяльності підприємства	124
<i>Фрунза С.А.</i>	
Аутсорсинг як інструмент логістики для ефективного управління	127
<i>Чернявська І.М., Голуб О.В.</i>	
Проведення передпроєктних досліджень та експертизи проєкту	129
<i>Школьний О.О.</i>	
Управління глобальними ланцюгами постачання в контексті сталого розвитку	132

СЕКЦІЯ 9.

МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ВІДНОВЛЕННЯ

<i>Дейнега І.О., Бенчук С.О.</i>	
Ринок цементу України: торговельні потоки та тенденції розвитку	135
<i>Кудлай В. Г.</i>	
Розвиток міжнародної економічної інтеграції в умовах цифровізації	138

Кужелєв М.О. Фінансові аспекти розвитку агропромислового комплексу України в умовах воєнної логістики	140
Кучмійова Т.С., Яблуновська А.С. Виклики та стратегії залучення іноземних інвестицій в умовах геополітичних турбулентностей: досвід та перспективи України	142
Литвишко Л.О. Цвік В.Г., Волинець Я.Є. Бізнес-аналітика та її роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності	145
Новік І.О. Роль дипломатичних служб та лобіювання в переговорному процесі	147
Отенко І.П., Кулієв Р.В. Логістична діяльність машинобудівних підприємств у міжнародному бізнес-середовищі: ключові тенденції та проблеми розвитку	150
Перерва П.Г., Токар Р.О., Грибова А.С. Переваги та недоліки аутсорсингу багатонаціональних підприємств	154
Проскурня О.М., Перерва П.Г., Стогній А.В. Дослідження інструментів і програм європейської регіональної політики	157
Синіговець О.М., Перерва П.Г., Прийменко І.В. Підходи до проведення компаративного аналізу міжнародної конкурентоспроможності	160
Синіговець О.М., Перерва П.Г., Андрущенко К.В. Формування складових інформаційно-аналітичного забезпечення міжнародних економічних відносин	163
Сусліков С.В., Перерва П.Г., Нестеров Д.О. Дослідження особливостей торгівлі з європейськими компаніями	166
Трухачова К.В. Ракурс "проблематики" в питаннях світової продовольчої безпеки на всіх рівнях управління людським життям в умовах економіки відновлення	168

<i>Черепанова В.О., Романов В.С., Гузе С.К.</i>	
Базові стратегії міжнародного економічного розвитку країн	171
<i>Яворський К.А.</i>	
Міжнародна фінансова допомога в бюджет України: фактор війни	174

СЕКЦІЯ 10. DIGITAL-МАРКЕТИНГ: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

<i>Ажжжа М.А., Венгер О.М., Фурсін О.О.</i>	
Digital-маркетинг: тренди штучного інтелекту та машинного навчання	178
<i>Безугла А.І., Боднар О.В.</i>	
Інструменти диджитал-маркетингу в роздрібній торгівлі	182
<i>Богачук С.А.</i>	
Базові технології нейромаркетингу в діяльності компаній	186
<i>Волобоєв В.</i>	
Інноваційні підходи використання штучного інтелекту на рекламних платформах техногігантів	187
<i>Воробйов К.І.</i>	
Регулювання криптовалюти в Україні та його вплив на маркетинг криптовалют	190
<i>Горик З.І.</i>	
Тренди аналізу ефективності digital-маркетингу	193
<i>Горська К.Ю.</i>	
Використання відео-контенту для просування сучасних підприємств	195
<i>Душко А.В., Коровіна О.В.</i>	
Сучасні тренди контент-маркетингу	198
<i>Ключник Е.Ю.</i>	
Використання штучного інтелекту як тренд у розвитку digital-маркетингу	200
<i>Коваленко М.В., Каневська І.М.</i>	
Пріоритетні напрямки розвитку вищої освіти в Україні в умовах діджиталізації	202
<i>Kohut M. V.</i>	
Using internet marketing in business	205

Коровіна О.В., Якіна Н.О.	
Соціальні мережі як спосіб просування бренду	207
Костенко А.С.	
Сучасний інструментарій цифрового маркетингу та його значення для розвитку підприємства	209
Котляренко В.А.	
Роль інтернет-маркетингу на IT-ринку	213
Кустов В.П.	
Штучний інтелект у маркетингових опитуваннях населення щодо розвитку фондового ринку	215
Кухрівський Д.В., Лиса С.С.	
Сучасні тренди розвитку digital-маркетингу	218
Мазур С.Д.	
Digital-маркетинг. сучасні тренди органічного контенту у соціальних мережах	220
Макаревська В.В.	
Підходи до сегментації цільової аудиторії як складова стратегії digital-маркетингу бізнесу	223
Малиш Д.В.	
Сучасні інструменти digital-маркетингу	226
Москаленко П.С.	
Вплив штучного інтелекту на персоналізацію та поведінку споживачів у контексті цифрового маркетингу	231
Попова Н.В.	
Діджитал маркетинг у компаніях транспортно-логістичної системи	234
Savkiv U. S., Moniuk B. R., Morytsan M.O.	
The role of digital technologies in the formation of the enterprise marketing strategy	237
Сошко М.О.	
Оптимізація SMM-стратегії для досягнення маркетингових цілей підприємства	240
Тардаскіна Т.М., Єфимчук К.	
Ефективне просування бренду через performance-маркетинг	242
Терещенко І.О.	
Функції таргетингу і напрями їх реалізації	243
Тромса В.О.	
Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства	246

Храпкіна В.В., Трушкіна Н.В., Прокопишин О.С.	
Digital-маркетинг як інструмент ефективного функціонування аграрного бізнесу	249
Чорномаз С.О.	
Адаптація діджитал маркетингової стратегії компаній в умовах війни	252
Чухліб В.С.	
Використання соціальних мереж, як інструменту просування бренду	254
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С.	
Перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні	257

СЕКЦІЯ 11. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА БРЕНДИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВИХ СУБ'ЄКТІВ

Вашунська О.	
Modern brand promotion technologies of higher education institutions	260
Бігдай В.П.	
Використання штучного інтелекту у формуванні довіри споживача в електронній комерції	262
Білодід А.В.	
Визначення сутності та складових бренду	265
Белоусов В.В.	
Стейкхолдер-менеджмент як інструмент маркетингової комунікації	268
Боклан К.В.	
Поняття брендингу та його класифікація	271
Vysotchenko S., Sytnyk A.	
English language in marketing communications	275
Волохатюк Д.О.	
Оцінка ефективності використання influence-marketing та його вплив на маркетингову діяльність підприємства	276
Дейнега І.О., Рій І.	
Детермінанти побудови сильного бренду кав'ярні	278

Древницька Ю.М.	
Брендинг як один з факторів формування ціноутворення	281
Кацан В.Є.	
Роль івент-маркетингу у просуванні бренду	283
Кокарєв І.І.	
Бренд кондитерської компанії як фактор її конкурентоспроможності	286
Коровіна О.В., Жук Т.А.	
Етика у просуванні івент заходів на цифрових каналах комунікації	288
Онопрієнко І.М., Могилевська О.В.	
Маркетингові технології просування товарів в інтернеті	291
Прозоровська В.Т.	
Переваги використання одно-сторінкової маркетингової стратегії в сучасному бізнесі	293
Рогоман Д.С.	
Формування бренд-стратегії для бізнесу як фактор посилення конкурентних переваг	296
Родіонов І.В.	
Новітні інструменти маркетингових комунікацій	299
Роснко А.В.	
Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях	301
Токарєв В.В.	
Формування «культового» бренду в умовах сучасного світу	304
Тульнєва Є.О.	
PR як елемент системи маркетингових комунікацій	307
Федорас С.Л.	
Концепція формування та просування бренду в інтернет-середовищі	310
Чилібійська А.Д., Лиса С.С.	
Відображення споживчої поведінки в рекламних кампаніях Nike	312
Чорна Д.О., Фісун Ю.В.	
Особливості сегментації споживачів органічних продуктів на українському ринку	315
Швалюк Н.В.	
Актуальність бренду роботодавця у воєнних умовах	317

СЕКЦІЯ 12
ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО
ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

<i>Бедер Д.А.</i>	
Інформаційне забезпечення управління бізнесом на основі програмного реєстратора розрахункових операцій	320
<i>Біловодська О.А., Пічик К.В., Некрасова О.С.</i>	
Впровадження штучного інтелекту в Україні: здобутки і напрямки розвитку	322
<i>Білуха М.А.</i>	
Використання аналітики даних у системі дистрибуції традиційних та інноваційних товарів	325
<i>Бугайчук О.В.</i>	
Управління змінами в інформаційно-інноваційній сфері підприємства в епоху цифрової трансформації	328
<i>Будзін Д.В.</i>	
Соціальні мережі як ключовий фактор формування уподобань споживачів	331
<i>Вальковець А.С., Вальковець В.І.</i>	
Використання цифрових інструментів у веденні бізнесу	334
<i>Вовчанська О.М., Іванова Л.О., Шамов А.О.</i>	
Використання ChatGPT для підвищення стійкості в індустрії гостинності та туризму	336
<i>Воронкова В.Г.</i>	
Напрями упровадження цифрових інструментів ефективного функціонування бізнесу	340
<i>Глуцевський В.В., Федорінов Р.Д., Глуцевська В.В.</i>	
Ефективний менеджмент на ринку будівельно-монтажних послуг: моделювання та цифровізація бізнесу	344
<i>Жарінова Н.П.</i>	
Виклики бренд-менеджменту в цифрову епоху: побудова довіри та лояльності в онлайн-середовищі	347
<i>Заячківська Г. А.</i>	
Штучний інтелект в маркетингу ритейлу	349
<i>Ivchuk V.V.</i>	
Investigating moral quandaries: incorporating artificial intelligence into business administration	352

Клопов І.О.	
Цифрова трансформація бізнесу: виклики та можливості	355
Козісь М.А.	
Інтернет-маркетинг у діяльності підприємств	357
Крупа А.Г.	
Стратегії оптимізації цифрової трансформації: зарубіжний досвід використання ікт у сучасних організаціях	359
Крутогорський Я.В., Стецик Я.В.	
Деякі аспекти впливу цифрової валюти на оподаткування	362
Куліш Д.В.	
Цифрова трансформація як передумова інноваційного розвитку соціально-економічних систем	365
Лойко Є.М.	
Методичний інструментарій оцінки рівня ефективності комунікацій суб'єкта господарювання	368
Малахова Ю.А., Смітюх Ю.Є.	
Розвиток професії бухгалтера в умовах діджиталізації	371
Метеленко Н.Г., Воронкова В.Г.	
Новітня парадигма Agile-менеджменту за доби цифровізації: теоретичні і практичні аспекти	373
Осліковський В.В., Шульжик Ю.О.	
Програмне забезпечення як інструмент цифрового розвитку бізнесу	377
Павлова О.А.	
Роль цифрового маркетингу у сталому розвитку ІТ-сектору України	379
Паршин Ю.І., Метеленко Н.Г. Оглобліна В.О.	
Цифрова трансформація та стратегічні напрями відбудови галузей промисловості України	382
Потюк Ю.Б.	
Особливості застосування цифрових інструментів у процесі масштабування бізнесу	384
Разумова Г.В., Юдін Д.І.	
Основні аспекти розвитку електронних платіжних систем	387
Слюсарь М.Ю.	
Використання мережевих платформ: виклики та можливості	388
Хилько І.І., Битко Д.К.	
Штучний інтелект як фактор розвитку економіки	391

Храпкін О.М. Технології віддаленого доступу і комунікації в управлінні ІТ-проєктами	394
Череп А.В., Воронкова В.Г. Європейські практики діджиталізації як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки	396
Чирченко М.Д. Основні цифрові інструменти для ефективного функціонування бізнесу	400
Шаповал С.О., Ковшова І.О. Використання категорійними менеджерами цифрового інструментарію power bi	402
Шевченко А.С. Оцінка впливу впровадження CRM-системи на конкурентоспроможність компанії	405
Шматько Н.М., Яковенко С.В. Штучний інтелект як цифровий інструмент ефективного функціонування бізнесу	407
Шульжик Ю.О., Данилюк М.М. Вплив інновацій в програмному забезпеченні на ефективність бізнесу	410
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С. Управління збутовою діяльністю інтернет-магазину ТОВ «ТД Гідросила»	412
Яскевич А.А., Курило Л.І. Токенізація реальних активів на прикладі токенізації нерухомості: переваги і недоліки	415
Яцишина І.В. Використання криптовалютних розрахунків корпораціями	419

управління також позитивно впливає на професійний розвиток медичного персоналу. Навчання медичних фахівців основам комунікації та маркетингу дозволяє їм краще розуміти потреби пацієнтів і запити ринку.

Впровадження маркетингових підходів в управління в ЗОЗ передбачає активне використання сучасних технологій для оптимізації комунікацій та підвищення ефективності діяльності. Зокрема використання CRM-систем дозволяє відстежувати історію взаємодії з кожною аудиторією, зберігати дані про пацієнтів та інших груп стейкхолдерів, автоматизувати інформаційні розсилки тощо. Такі системи забезпечують комплексний підхід до управління інформацією та комунікаціями, дозволяючи створювати індивідуалізовані підходи для кожної групи стейкхолдерів.

Використання великих даних (BIG DATA) та їх аналітика також являє собою важливу частку маркетингового підходу до управління в ОЗ. Зокрема, інструменти аналізу великих даних допомагають вивчати поведінку пацієнтів, що дозволяє краще прогнозувати попит на медичні послуги, адаптувати пропозиції під потреби, впроваджувати персоналізовані заходи до профілактики та лікування .

Впровадження маркетингових підходів в управління вітчизняними ЗОЗ, з одного боку, сприяє їх адаптації до сучасних ринкових вимог, а з іншого, дозволяє реалізовувати принцип пацієнтоорієнтованості в їх діяльності, вибудовувати довірливі відносини із пацієнтами, формувати власний позитивний імідж, що в кінцевому підсумку суттєво покращує результати господарської діяльності медичних закладів.

UDC 658.8+338.48

Oleh Kuzmak,

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of Marketing,
Lutsk National Technical University*

INDUSTRY MARKETING IN TIMES OF TRANSFORMATION: BEHAVIOR PATTERNS, CULTURAL DIFFERENCES AND DIGITAL TRENDS

Marketing in the context of globalization and digital changes is no longer homogeneous and requires adaptation to the specifics of individual industries. These transformations, observed in consumer behavior, the growing influence of cultural factors, and technological advancements, particularly digitalization, require constant

adaptation by businesses to maintain competitiveness. This is especially true for sectors such as agriculture, hospitality (HoReCa), and IT.

Current realities indicate that the demand for local, organic, and ethically produced products in the agribusiness sector is growing due to increased consumer environmental awareness, a desire for a healthy lifestyle, and growing trust in local producers. Consumer decisions are often based not only on product characteristics but also on socio-cultural factors such as production transparency, brand narrative, and emotional engagement in the product's "lifecycle".

In the agricultural sector, culture manifests through perceptions of quality, trust in family farming, and adherence to traditional production methods. For example, in certain regions of Ukraine, local identity ("made in Volyn", "traditional Poltava recipes") becomes an important element of positioning. Brands that appeal to cultural heritage or regional color have an advantage among conscious consumers.

Agricultural enterprises must actively implement digital tools for communication with consumers, such as AgTech platforms, which provide market analytics, price forecasting, supply and logistics management, as well as direct marketing through social media, marketplaces, and B2B platforms. As noted by IT Ukraine Association, the economic efficiency of the AgroTech sector in Ukraine in 2023 amounted to +3% of GDP, and from 2018 to 2023, the sector attracted \$1.3 million in investments [1]. The use of artificial intelligence for demand forecasting, climate risk analysis, and the adaptation of sowing strategies is also an important aspect of modern agribusiness practices.

In the hospitality industry (HoReCa), changes in consumer behavior are driven by the post-pandemic experience and the introduction of fast and personalized service. Consumers now expect flexibility, digital access to services (online menus, contactless payments, mobile bookings), and social responsibility from establishments (eco-friendly packaging, local ingredients, anti-waste initiatives). At the same time, the importance of the emotional experience of visiting a venue is growing such as aesthetics, atmosphere, and "Instagrammable" spaces.

In HoReCa, local culture is reflected in attitudes toward service, gastronomic habits, and traditions. For instance, adapting marketing campaigns to local holidays can enhance consumer emotional engagement. In such contexts, cultural resonance strategies that appeal to deep-rooted identities of the target audience are effective.

In the marketing strategies of businesses in this sector, AR/VR technologies, mobile apps, gamification, and personalized loyalty programs are actively used. By 2030, augmented reality technologies could contribute £1.4 trillion to the global economy [2]. Today, digital presence tools (Google My Business, Instagram, TikTok, online rating platforms), CRM systems, and booking automation services are key.

Research shows that 74% of respondents find CRM solutions helpful for personalized service, and 65% of businesses implement these technologies within the first five years [3].

These tools allow businesses to quickly adapt their offerings to changing demand, implement loyalty programs, and build long-term emotional connections with customers. In crisis conditions (such as during the COVID-19 pandemic or wartime), digital services help small hospitality businesses survive by providing access to customers despite limited physical interaction.

In the IT industry, the transformation of consumer behavior is reflected in the growing role of communities, transparency in business processes, and customer involvement in value creation. In both B2C and B2B segments, trust, openness, and technological adaptability have become crucial factors. Consumer behavior is influenced not only by rational considerations but also by cognitive biases and environmental factors.

In the IT sector, local culture manifests in corporate interactions, digital ethics, and expectations regarding transparency and innovation. In individualistic cultures, preference is given to flexible solutions and independence, while in collectivist cultures, recommendations and expert support are more valued. Therefore, the effectiveness of digital communications depends on the brand's cultural sensitivity to the audience's expectations.

IT marketing communications are increasingly focused on content marketing, data-driven strategies, personalization, and targeting. Digital tools in IT are not just part of marketing; they form its natural environment, including CRM/ERP systems, marketing automation platforms (HubSpot, Marketo), analytical services (Google Analytics), and content marketing tools.

Digitalization is the foundation of transformations in sectoral marketing, providing businesses with the flexibility and insights needed to adapt to changing consumer demands and market conditions. Marketing strategies must be deeply informed by local cultural contexts, allowing companies to not only respond to changes but also actively influence the market. By integrating digital tools and cultural sensitivity, businesses can achieve sustainable development and maintain competitive advantages in a changing environment.

References

1. *Ukrainian AgriTech Industry Navigator*. URL: <https://surl.li/surimr>
2. *PWC (2020) Virtual and augmented reality could deliver a £1.4trillion boost to the global economy by 2030 – PwC*. URL: <https://surl.li/cc/iahemo>
3. *Carter R. (2023) The Ultimate List of CRM Statistics for 2025*. URL: <https://findstack.com/resources/crm-statistics>