



АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

II Міжнародної науково-практичної конференції

**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ
ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ,
УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ»
(19 БЕРЕЗНЯ 2025 РОКУ, М. КИЇВ, УКРАЇНА)**



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

КИЇВ – 2025



Федерація професійних спілок України / Federation of Professional Unions of Ukraine
Академія праці, соціальних відносин та туризму / Academy of Labor, Social Relations and
Tourism

Кафедра маркетингу / Department of Marketing

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

II Міжнародної науково-практичної конференції

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

(19 березня 2025 року, м. Київ, Україна)

COLLECTION OF MATERIALS

of II International scientific and practical conference

"THE SCIENTIFIC DIMENSION OF UNDERSTANDING AND RESEARCH OPTIMAL MODELS OF THE DEVELOPMENT OF UKRAINE: MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL, MANAGERIAL AND LEGAL ASPECTS"

(March 19, 2025, Kyiv, Ukraine)

Kyiv – 2025

УДК 08:[336.338+658.659+ 340.1] (477)

DOI: 10.5281/zenodo.15267086

ISBN

НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ : збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 19 березня 2025 р. Київ: Академія праці, соціальних відносин та туризму / За заг. ред.: Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлин, – Київ. 2025. 378 с.

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

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

*Рекомендовано Вченою радою Академії праці, соціальних відносин та туризму
(протокол № 8 від 25.03.2025 р.)*

Редакційна колегія

Сухомлин В.Б. – кандидат наук з державного управління, ректор Академії праці, соціальних відносин і туризму, Заслужений працівник соціальної сфери України;

Чорнодід І.С. – доктор економічних наук, професор, проректор з навчально-педагогічної роботи Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Писаренко Н.В. - кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Корчинська О.А. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Ярмоленко Ю.О. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Шолудченко С.В. – кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму, Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Бабічева О.І. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Базарна О.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Даниленко Є.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Академії праці, соціальних відносин і туризму;

Біда К.М. – кандидат юридичних наук, доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права, учений секретар Вченої ради Академії праці, соціальних відносин і туризму.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори

Матеріали друкуються мовами оригіналу: українська, англійська

© Автори матеріалів, 2025

© Академія праці, соціальних відносин і туризму (кафедра маркетингу), 2025

Кудактін С.В.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ
КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ 209
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Левченко І.В., Пузирьова П.В.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ 211
БІЗНЕСІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

Маркова С.В., Бікулов Д.Т.

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У БІЗНЕС- 213
КОНСАЛТИНГУ

Отвага М.П., Пузирьова П.В.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВОЇ 215
ТРАНСФОРМАЦІЇ

Повна С.В.

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА У КООРДИНАТАХ СТІЙКОГО
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН 217

Стефанюк Є.О.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ЖИТЛОВО-
КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ 218

Сухарева К.В.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ: ОСОБЛИВОСТІ, РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 220
РОЗВИТКУ

Ткач Л.О.

БЛОКЧЕЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ТА
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ 221

Черен І.М.

ВІПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ
СИСТЕМОЮ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКІСТІ ПІДПРИЄМСТВА 224

Шабанов П., Пузирьова П.В.

ФІНАНСОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ 226

СЕКЦІЯ 5. НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ФІНАНСІВ, ТОРГІВЛІ ТА СФЕРИ ПОСЛУГ

Melnyk L., Nazemtsev N.

SMALL BUSINESS IN THE DEFENCE TECH SECTOR IN UKRAINE 229

Існують відмінності у процесах розвитку управлінського персоналу, та тих категорій працівників, які задіяні у реалізації виконавчих функцій. У першому випадку має бути більше ініціативи з боку працівника, який сам має тяжити до навчання, підвищення рівня власного професіоналізму задля досягнення встановлених індивідуальних кар'єрних орієнтирів. У випадку з розвитком виконавців, процеси їх навчання або підвищення кваліфікації мають ініціюватись їх безпосередніми керівниками, які розуміють, яких навиків і компетенцій бракує співробітнику, аби краще виконувати свою роль у команді та максимізувати загальну результативність від роботи усього колективу.

Аналізуючи фактори довгострокового впливу на персональний і професійний розвиток менеджера, Шашкова Н. І. відзначає, що проблемною областю у цьому контексті є такі вектори, як розвиток професійних компетенцій управлінця; його прагнення до самонавчання і саморозвитку впродовж життя (в тому числі, командоутворююча активність); ефективне управління часом управлінського персоналу, як власним, так і своїх підлеглих; переосмислення цілей, коригування наборів особистих цінностей (у тому числі в контексті командоутворення і наставництва) тощо [4, с. 70]. Перераховані чинники суттєво ускладнюють процес управління розвитком персоналу в системі формування кадрового потенціалу підприємства, знижують рівень його ефективності. З іншого боку, негативно впливають на процеси управління персоналом компанією – в усіх його функціональних проявах – кадрові ризики, які предметно узагальнені та конкретизовані у публікації Н. Зачосової, З. Живко та В. Занори. Таким чином, можемо підсумувати виявлені аспекти управління розвитком персоналу в системі формування кадрового потенціалу підприємства:

- цей процес має бути безперервним, але не примусовим;
- необхідні різні підходи до організації заходів професійного розвитку та навчання для управлінського та для виконавчого персоналу;
- розвиток персоналу є засобом протидії та контролю кадрових ризиків, які, в свою чергу, можуть знижувати рівень його результативності.

Література:

1. Бабчинська О. І. Механізм управління розвитком персоналу на інноваційно активних підприємствах. *Інфраструктура ринку*, 2021. Вип. 51. С. 82-86.
2. Боришкевич І. І., Гой Н. В., Жук О. І. Теоретичні засади управління розвитком персоналу компанії. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, 2024. Вип. 20(2). С. 31-40.
3. Ткаченко В. В. Впровадження інноваційної системи управління розвитком персоналу підприємства. *Ефективна економіка*, 2023. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_75 (дата звернення: 10.03.2025).
4. Шашкова Н. І. Персональний розвиток менеджера в контексті ідейної кризи управлінських концепцій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*, 2021. Вип. 43. С. 65-71.
5. Zachosova N., Zhyvko Z., Zanora V. (2020). Human risks of project management involving remote teams in the context of the enterprise economic and financial security. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 4(35). 514-521.

Левченко І.В.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Пузирьова П.В.,
доктор економічних наук, професор,
Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

Інноваційні стратегії конкурентоспроможності підприємств у міжнародному бізнесі є
Міжнародна науково-практична конференція, 19 березня 2025 року, м. Київ, Україна

важливим інструментом для забезпечення їхнього сталого розвитку та адаптації до динамічного глобального середовища. Успішне функціонування компаній на міжнародному ринку залежить від здатності впроваджувати новітні технології, розробляти конкурентоспроможні продукти, оптимізувати виробничі процеси та ефективно управляти ресурсами [1-3].

Однією з ключових стратегій є стратегія проривних інновацій, яка передбачає створення принципово нових продуктів або технологій, що суттєво змінюють ринок. Дана стратегія вимагає значних інвестицій у дослідження та розробки, але водночас дозволяє підприємству стати лідером у своїй галузі. Наприклад, компанія SpaceX реалізує проривні інновації в аерокосмічній галузі, розробляючи багаторазові ракети, що значно знижують витрати на космічні перевезення. Також, популярною є стратегія поступових (інкрементальних) інновацій, яка полягає в покращенні існуючих продуктів або процесів. Вона менш ризикована, ніж проривні інновації, і дозволяє компаніям зберігати стабільний розвиток, поступово вдосконалюючи свою продукцію. Наприклад, автомобільні компанії, такі як Toyota та BMW, постійно модернізують свої моделі, впроваджуючи нові функції та технології [2-5].

Інноваційні стратегії також включають стратегію екологічних інновацій, яка стає все більш актуальною в умовах зростаючого попиту на сталі рішення. Вона передбачає розробку енергоефективних технологій, використання відновлюваних джерел енергії та мінімізацію негативного впливу виробництва на навколишнє середовище. Наприклад, компанія Tesla активно розвиває електромобільні технології та інвестує в розширення інфраструктури зарядних станцій. Також ефективним підходом є стратегія платформних інновацій, яка базується на створенні цифрових платформ для взаємодії між споживачами та виробниками. Ця стратегія дозволяє компаніям масштабувати бізнес та отримувати додаткові конкурентні переваги. Такі компанії, як Uber, Airbnb, Amazon, створили успішні платформи, які змінили традиційні бізнес-моделі.

Не можна залишати без уваги стратегію персоналізації, що передбачає використання аналітики даних та штучного інтелекту для розробки індивідуальних пропозицій для клієнтів. Використовуючи алгоритми машинного навчання, такі компанії, як Netflix та Spotify, аналізують поведінку користувачів та пропонують контент відповідно до їхніх уподобань, що суттєво підвищує рівень залучення клієнтів. Особливо варто відзначити стратегію кооперації та партнерства, яка передбачає співпрацю компаній з метою спільного розвитку інновацій. Це може бути взаємодія з іншими підприємствами, стартапами, науковими установами або навіть конкурентами. Наприклад, технологічні компанії часто створюють спільні лабораторії та дослідницькі центри для розробки нових технологій.

Важливим аспектом є стратегія гнучких бізнес-моделей, яка дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до змін у ринковому середовищі. Вона включає використання цифрових технологій, автоматизацію процесів, а також швидку зміну продуктового асортименту відповідно до запитів споживачів. Наприклад, компанія Zara використовує гнучку бізнес-модель, яка дозволяє їй за кілька тижнів запускати нові колекції одягу на основі актуальних трендів [1-5].

Ключові показники ефективності для інноваційних стратегій конкурентоспроможності підприємств у міжнародному бізнесі охоплюють різні аспекти діяльності компанії та її здатність адаптуватися до змін у глобальному середовищі. Серед основних KPI можна виділити:

- інноваційну активність, яка вимірюється кількістю нових продуктів або послуг, впроваджених у міжнародні ринки за певний період, часткою витрат на R&D у загальному бюджеті компанії, а також числом отриманих патентів чи ліцензій;
- ринкові показники, що включають частку нових продуктів у загальному обсязі продажів, рівень міжнародної експансії, приріст частки ринку, ефективність адаптації продукту до локальних потреб споживачів та рівень диференціації від конкурентів;

- фінансові показники, що визначають рентабельність інноваційної діяльності, рівень монетизації інновацій, зростання доходу від нових ринків, а також ROI;
- операційні показники, які включають швидкість виходу інноваційних продуктів на ринок (time-to-market), рівень цифровізації бізнес-процесів, ефективність управління інноваційними проектами та рівень автоматизації виробництва;
- показники клієнтоорієнтованості, що охоплюють рівень задоволеності споживачів (NPS, Net Promoter Score), частоту повторних покупок інноваційних продуктів, а також рівень лояльності клієнтів до бренду;
- організаційні показники, що включають рівень компетенцій персоналу у сфері інновацій, частку співробітників, залучених у R&D, ефективність внутрішніх інноваційних програм, кількість стратегічних партнерств з міжнародними компаніями та рівень інтеграції підприємства у глобальні інноваційні екосистеми;
- оцінка екологічної та соціальної відповідальності компанії за рахунок кількості впроваджених «зелених» інновацій, рівня відповідності міжнародним екологічним стандартам, зниження вуглецевого сліду та впливу на довкілля [1-5].

Отже, інноваційні стратегії конкурентоспроможності підприємств у міжнародному бізнесі є багатограними та різноманітними, які вимагають комплексного підходу, що включає технологічні, управлінські та маркетингові аспекти.

Література:

1. Дворський В. О. Інноваційні стратегії для підвищення конкурентоспроможності підприємств у цифрову епоху: від аналізу ринку до впровадження технологій / В. О. Дворський, М. М. Пономаренко, О. О. Верхуша // *Economic synergy*. - 2024. - Iss. 3. - С. 109-120.
2. Кожем'якіна С. М. Інвестиційна стратегія формування конкурентоспроможного потенціалу інноваційно орієнтованих підприємств в умовах управління змінами / С. М. Кожем'якіна, В. Ю. Ільїн, Т. Є. Іщейкін, О. В. Живко // *Формування ринкових відносин в Україні*. - 2022. - № 7-8. - С. 74-80.
3. Малиновська Ю. Б. Інноваційні стратегії та інформаційні технології для глобальної конкурентоспроможності бізнесу / Ю. Б. Малиновська, О. М. Обернієнко, І. В. Сабат, Ю. П. Скрипець. // *Державне управління: удосконалення та розвиток*. - 2024. - № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2024_4_19.
4. Пузирьова П. В. Інноваційні стратегії формування та розвитку конкурентоспроможної діяльності страхових компаній у сфері міжнародного та національного контексту / П. В. Пузирьова, О. Покальчук // *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації* : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 6 жовтня 2023 року / ред. О. В. Ольшанська. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 54-55.
5. Тюхтенко Н. А. Управління конкурентоспроможністю в інноваційній стратегії підприємства / Н. А. Тюхтенко // *Economic synergy*. - 2022. - Iss. 4. - С. 118-128.

Маркова С.В.,

доктор економічних наук, професор,

Бікулов Д.Т.,

доктор наук з державного управління, професор,

Запорізький національний університет,

м. Запоріжжя, Україна

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ

Сучасні умови глобалізації та цифрової трансформації висувають нові вимоги до

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ISBN

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

За загальною редакцією Н.В. Писаренко та В.Б. Сухомлина

Видається в авторській редакції.
Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших
даних несуть автори статей.
Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково
відображають позицію редакційної колегії.

Київ 2025

19 березня 2025 року