

Ministry of Education and Science of Ukraine
State Scientific Institution “Institute of Educational Content Modernization”
Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine)
Varna University of Management (Bulgaria)
European Humanities University, Vilnius (Lithuania)
Ludwigshafen University of Business and Society (Germany)
University of Montenegro, Maritime Faculty, Kotor (Montenegro)
The Cyprus Institute of Marketing (Cyprus)
University of Rijeka, Faculty of Economics and Business (Croatia)



PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL RESEARCH CONFERENCE

EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity: Strategic Management of Competitiveness in the Context of European Integration Processes

March 19, 2025
Dnipro, Ukraine



Міністерство освіти і науки України
 ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
 Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
 Варненський університет менеджменту (Болгарія)
 Європейський Гуманітарний Університет, м. Вільнюс (Литва)
 Університет прикладних наук
 Людвігсхафену на Рейні (Німеччина)
 Морський факультет Університету Чорногорії, Котор, (Чорногорія)
 Кіпрський інститут маркетингу (Кіпр)
 Університет Рієки, факультет економіки та бізнесу (Хорватія)



МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО- ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

*Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності,
 зростання та добробуту: Стратегічне
 управління конкурентоспроможністю в
 контексті євроінтеграційних процесів*

19 березня 2025 року
 м. Дніпро

UDC 658.5. 009.12 (4)

The conference was held within the framework of the Erasmus+ Jean Monnet Module project “EU strategies for competitiveness, growth, and prosperity” for study programmes in Alfred Nobel University” No. 101085347 — Eustrat — Erasmus-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH¹

EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity: Strategic Management of Competitiveness in the Context of European Integration Processes. Proceedings of the International Research Conference, Dnipro, March 19, 2025. [Online Edition]. Dnipro: Alfred Nobel University, 2025. 282 p.

ISBN 978-966-434-601-3

The proceedings include materials from the International Research Conference “EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity: Strategic Management of Competitiveness in the Context of European Integration Processes”, held within the framework of the Erasmus+ Jean Monnet Module project “EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity for Study Programmes in Alfred Nobel University.”

The submitted contributions explore strategies for enhancing the competitiveness of the economies of the EU member states and Ukraine in the context of European integration, methods for managing enterprise competitiveness in domestic and international markets, as well as the application of modern marketing tools and enterprise management approaches based on strategic planning and the digitalization of society.

The materials are published in the author's version.

ISBN 978-966-434-601-3

© Alfred Nobel University, 2025

¹ “Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.”

«Фінансується Європейським Союзом. Проте висловлені погляди та думки належать лише автору(ам) і не обов’язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури. Ані Європейський Союз, ані грантодавець не можуть нести за них відповідальність».

УДК 658.5. 009.12 (4)

Конференцію проведено в межах реалізації грантового проєкту програми Erasmus+ наряду Жан Моне «Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності, зростання і добробуту: викладання на освітніх програмах в Університеті імені Альфреда Нобеля» № 101085347 — Eustrat — Erasmus-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH ²

Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності, зростання і добробуту: Стратегічне управління конкурентоспроможністю в контексті євроінтеграційних процесів. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Дніпро, 19 березня 2025 р. [Електронне видання]. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. 282 с.

ISBN 978-966-434-601-3

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності, зростання і добробуту: Стратегічне управління конкурентоспроможністю в контексті євроінтеграційних процесів», проведеної згідно з проєктом Еразмус+ Модуль Жан Моне «Стратегії Європейського Союзу щодо конкурентоспроможності, зростання і добробуту: викладання на освітніх програмах в Університеті імені Альфреда Нобеля».

У поданих матеріалах розглядаються стратегії підвищення конкурентоспроможності економік країн ЄС та України в умовах євроінтеграції, методи управління конкурентоспроможністю підприємств на вітчизняних та зарубіжних ринках, із застосуванням сучасних маркетингових інструментів та підходів до управління підприємствами на засадах стратегічного планування і цифровізації суспільства.

Матеріали опубліковано в авторській редакції.

ISBN 978-966-434-601-3

© Університет імені Альфреда Нобеля, 2025

² “Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.”

«Фінансується Європейським Союзом. Проте висловлені погляди та думки належать лише автору(ам) і не обов’язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури. Ані Європейський Союз, ані грантодавець не можуть нести за них відповідальність».

ORGANIZING COMMITTEE

Head of the Organizing Committee:

Iryna Taranenko, Doctor of Economics, Professor, Professor at the Department of International Marketing, Alfred Nobel University, Academic Coordinator of the EUSTRAT project, Dnipro, Ukraine.

Deputy Head of the Organizing Committee:

Anastasiia Mostova, Doctor of Economics, Associate Professor at Varna University of Management, Course Coordinator of the EUSTRAT project, Varna, Bulgaria.

Members of the Organizing Committee:

Hanna Shcholokova, PhD in Political Science, Associate Professor at the Department of International Tourism and Hotel and Restaurant Business, University of Customs and Finance, Course Coordinator of the EUSTRAT project, Dnipro, Ukraine.

Hanna Zhykhareva-Tolstik, Stedelijk College Eindhoven, Eindhoven, The Netherlands, Strategic planning manager/communications advisor, Meet Maastricht, Maastricht, The Netherlands, Professional development coach, Vermaat groep, The Netherlands, Founder/marketing director, Faberge Marketing Partner marketing agency, Dnipro, Ukraine.

Jasmina Dlačić, PhD, Associate Professor, Faculty of Economics and Business, University of Rijeka, Croatia.

Olha Zinchenko, Doctor of Economics, Professor, Professor at the Department of Marketing and International Management, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine.

Jekaterina Kartašova, Dr., Middlesex University, London, UK, Vilnius University, Vilnius, Lithuania.

Maksym Korneiev, Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Innovative Technologies, University of Customs and Finance, Dnipro, Ukraine.

Liliana Tymchenko, PhD, Associate Professor, European Humanities University, Vilnius, Lithuania

Yuliia Popova, PhD in Economics, Associate Professor at the Department of Business Logistics and Transport Technologies, State University of Infrastructure and Technologies, Kyiv, Ukraine.

Viktoriia Sokolova, Vice-Rector for Research and International Cooperation, Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine.

Todor Radev, President, Varna University of Management, Varna, Bulgaria.

Veselin Draskovic, PhD, Professor, Maritime Faculty, University of Montenegro, Kotor, Montenegro.

Svitlana Fedulova, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Global Economy, Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine.

Yangos Hadjiyannis, LL.B., LL.M., CEO of The Cyprus Institute of Marketing (Nicosia, Cyprus), a member of the Board of Directors of CIPA (Invest Cyprus).

ОРГКОМІТЕТ

Голова Оргкомітету:

Тараненко І.В., доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародного маркетингу Університету імені Альфреда Нобеля, академічний координатор проєкту EUSTRAT, м. Дніпро, Україна.

Заступник голови оргкомітету:

Мостова А.Д., доктор економічних наук, доцент Варненського університету менеджменту, координатор курсу проєкту EUSTRAT, м. Варна, Болгарія.

Члени оргкомітету:

Щолокова Г.В., кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу Університету митної справи та фінансів, координатор курсу проєкту EUSTRAT, м. Дніпро, Україна.

Hanna Zhykhareva-Tolstik, Stedelijk College Eindhoven, Eindhoven, The Netherlands, Strategic planning manager/communications advisor, Meet Maastricht, Maastricht, The Netherlands, Professional development coach, Vermaat groep, The Netherlands, Founder/marketing director, Faberge Marketing Partner marketing agency, Dnipro, Ukraine.

Jasmina Dlačić, PhD, Associate Professor, Faculty of Economics and Business, University of Rijeka (Croatia).

Зінченко О.А., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна.

Jekaterina Kartašova, Dr., Middlesex University, London, UK, Vilnius University, Vilnius, Lithuania.

Корнєєв М.В., доктор економічних наук, професор, декан факультету інноваційних технологій, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна.

Liliana Tymchenko, PhD, Associated Professor, European Humanities University, Vilnius, Lithuania.

Попова Ю.М., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-логістики та транспортних технологій, Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ, Україна.

Соколова В.В., проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності, Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна.

Todor Radev, Varna University of Management (Varna, Bulgaria), President.

Veselin Draskovic, PhD, Prof. University of Montenegro, Maritime Faculty, Kotor, Montenegro.

Федулова С.О., доктор економічних наук, професор, зав. кафедри глобальної економіки, Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна.

Yangos Hadjiyannis, LL.B., LL.M., CEO of The Cyprus Institute of Marketing (Nicosia, Cyprus), a member of the Board of Directors of CIPA (Invest Cyprus).

CONTENT

INTRODUCTION	15
ВСТУП	16
1. THE EU DEVELOPMENT STRATEGIES AT THE PRESENT STAGE AND UKRAINE EUROPEAN INTEGRATION PATH	17
1. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЄС НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КУРС УКРАЇНИ	17
Ananchenko M.O. PROBLEMS OF PUBLIC MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONS	17
Arsovski N. EU ENLARGEMENT AND SECURITY DIPLOMACY: ASSESSING THE STRATEGIC IMPLICATIONS OF INTEGRATING UKRAINE AND THE WESTERN BALKANS	18
Біла А.В. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЕРХОВЕНСТВА ПРАВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ: ПРАВОВІ ІНСТРУМЕНТИ МОНІТОРИНГУ ТА КОНТРОЛЮ ЗА ДЕРЖАВАМИ-ЧЛЕНАМИ	19
Бондаренко О.О. ГАРМОНІЗАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ДО ЗАКОНОДАВСТВА ЄС ПІД ЧАС ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ	21
Булатова О.В. ПРОТИДІЯ НЕЗАКОННИМ ФІНАНСОВИМ ПОТОКАМ: ІНІЦІАТИВИ ЄС	22
Верховцева І.Г. КІБЕРДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЇЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО КУРСУ: ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ 2014-2025 РОКІВ	24
Грачевська Т.О. ДИПЛОМАТИЧНА СЛУЖБА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ОСОБЛИВОСТІ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ	28
Джерелюк Ю.О., Шостак Я.О. ПЕРСПЕКТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	29
Джура Н.М. ІННОВАЦІЙНА ПРИРОДООХОРОННА ДІЯЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	31
Дзяд О.В. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМ РИНКОМ ЄС	32
Диха М.В., Диха В.В. РОЗВИТОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ЕВОЛЮЦІЙНО-ІСТОРИЧНИЙ КОНТЕКСТ ТА ВИКЛИКИ ПІД ПРИЗМОЮ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	34
Ежесв М.Ф. МЕХАНІЗМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА	36
Зінченко О.А. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ КУРС НА ШЛЯХУ ЗЕЛЕНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНИ	37
Калінкін А.О. КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	39
Kalchenko I.O. ANALYSIS OF REGIONAL DEVELOPMENT THEORIES	40
Карпенко Н.В., Ямбих Є.С. РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ПІДТРИМЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ	41
Клиновий Д.В., Петровська І.О. ЄВРОПЕЙСЬКІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ СТАЛОГО ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ	42

Kudria Y. THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONAL INDUSTRY: FROM IMPERATIVES AND MECHANISM TO METHODS	50
Kudria Y. INCREASING THE COMPETITIVENESS OF REGIONAL INDUSTRY ON THE BASIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: FROM IMPERATIVES AND MECHANISM TO METHODS	53
Ленський М.І. МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ	57
Ліннік Ю.В. БРЕКЗИТ: ВИКЛИКИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ТА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ	59
Лукияник Р.В. ПАРТНЕРСТВО З ЄС ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ УКРАЇНИ	61
Макаренков О.Л. КОМУНІКАЦІЙНИЙ КОМПОНЕНТ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ У ПЕРЕТВОРЕННЯХ ЗАКОНОДАВСТВА ДЛЯ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄС	62
Myronenko A. USE OF THE EXPERIENCE OF THE EUROPEAN UNION IN PUBLIC ADMINISTRATION IN THE REGIONS OF UKRAINE	64
Olikhnenko M. PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE TRANSPORT SECTOR: EUROPEAN EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	65
Пляскіна А.І. СИНЕРГЕТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ	66
Saloid H.S. ECOLOGICAL TRANSFORMATION OF UKRAINE'S ECONOMY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION	67
Стороженко Л.Г. ВІД БЮРОКРАТІЇ ДО НЕТОКРАТІЇ: ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЦИФРОВИЙ ПРОСТІР	68
Федулова С.О. ГЕОПОЛІТИЧНА РЕЦЕСІЯ ЯК НАСЛІДОК ЧИСЛЕННИХ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	70
Харченко Т.М. ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ І ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ В РЕФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ	70
Шевчук В.О., Пасічник В.А. ДОСВІД ПОЛЬЩІ ДЛЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	72
2. STRATEGIC MECHANISMS FOR MANAGING COMPETITIVENESS AT THE MICRO AND MACRO LEVELS, CONSIDERING THE EU EXPERIENCE, IN THE CONTEXT OF POST-WAR RECOVERY	74
2. СТРАТЕГІЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС, В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	74
Баштанник О.В. COMPETITIVENESS OF THE STATE: THE PROBLEM OF CORRELATION INSTITUTIONAL CAPACITY AND ECONOMIC SECURITY	74
Бенчук С.О. ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ ЦЕМЕНТУ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ	75
Білоткач І.А. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ОРГАНІЧНОГО АГРОБІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	76
Бондар Ю.А. МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДЕРЖАВИ: ДОСВІД ЄС	78
Будякова О.Ю., Суддя Ю.М. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ	79

Vaskov M., Chebanova I. MODERN METHODS FOR BOOSTING THE COMPANY COMPETITIVENESS	81
Войтов С.Г., Богородицька Г.Є., Жир С.І. МИТНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	83
Войченко Т.О., Радченко О.А. БАГАТОФАКТОРНА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ: ВІД ПРОДУКТИВНОСТІ ДО ІМІДЖУ КРАЇНИ	84
Горбатюк О.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІМЕЙНОГО ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС	86
Гордієнко В.В., Бардакова В.І. МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ В БУДІВНИЦТВІ	87
Гринчук Т.П., Мечник В.В. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	89
Гринько Т.В., Зінченко О.А. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ	92
Демченко Ф.Г. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИЦЦІ ЯК СЕГМЕНТУ СВІТОВОЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	93
Derevyanko S.P. РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦІВ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗАСОБОМ ОНЛАЙН-ТРЕНІНГУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ	94
Dudnyk Y., Overko V. INNOVATIVE INVESTMENT MANAGEMENT IN THE TRANSPORT SECTOR: STRATEGIC MECHANISMS AND APPROACHES	95
Zhyliakov S.V. THEORETICAL KNOWLEDGE AND PRACTICAL EXPERIENCE OF A PERSON AS A SOURCE OF ADDED VALUE TO THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN POST-WAR UKRAINE	97
Жолонко Т.В. РОЗВИТОК ІТ СФЕРИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ТА ГЛОБАЛЬНИХ РИЗИКІВ	99
Західний Р.В. СВІТОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	100
Кальниш Ю.Г. КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ (НА ДОСВІДІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЗАХІДНОЇ НІМЕЧЧИНИ)	102
Карпенко О.О. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС	104
Kharchuk O., Martynenko V. BUSINESS PLAN: ESSENCE, FUNCTIONS AND IMPORTANCE FOR BUSINESS ACTIVITY	106
Kharchuk O., Lis S. THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE MANAGEMENT OF THE COMPANY'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	107
Kharchuk O., Korchovyi V. OPTIMISATION OF COST MANAGEMENT IN RAILWAY TRANSPORT: MODERN APPROACHES AND DIGITALISATION	108
Kharchuk O., Kolotvin R. DIGITAL TRANSFORMATION OF LOGISTICS IN UKRAINE: PROSPECTS AND BARRIERS	109
Kharchuk O., Kohut S. MARKETING AS A KEY FACTOR IN THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE	110
Koba V., Malytskyi P. INNOVATIVE STRATEGIES OF THE TRANSPORT COMPANY: ADAPTATION, RESOURCES AND COMPETITIVENESS IN A DYNAMIC ENVIRONMENT	112
Koba V., Zayachuk R. REFORMING UKRAINE'S TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE CONTEXT OF WAR AND POST-WAR RECONSTRUCTION	114

Кобиляцька Г.С. ЯКІСНА ВИЩА ОСВІТА – УМОВА ЧЛЕНСТВА УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ	116
Ковальчук В.В., Безсмертний В.В. ЗАДАЧІ І ВИКЛИКИ ІНФРАСТРУКТУРИ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ В СКЛАДНИХ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	121
Котченко М.В. ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ В ЗАКЛАДІ ОСВІТИ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	123
Кравченко О.О. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ У ЄС	126
Kuchugurna E., Chebanoba I. UNDERSTANDING THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS AND COMPETITIVE ADVANTAGE	127
Лисюк Т.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВОЛИНІ: СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	129
Лепетан І.М., Романенко С.В. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	131
Макаренко В.С. СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	133
Марченко Ю.Ю. РОЗРОБКА УКРАЇНСЬКОГО НАБОРУ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН	134
Мірошник М.В., Малорід В.О. ЕВОЛЮЦІЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	136
Мірошниченко І.С. СТРАТЕГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	137
Мороз Н.С., Яременко С.С. РОЗРОБКА ГНУЧКОЇ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	138
Mostova A., Taranenko I., Shcholokova H. INTERNATIONALIZATION OF HIGHER EDUCATION AS A PATH TO EU INTEGRATION	139
Назаренко П.М. ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	141
Науменко В.С. СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ	143
Нестеренко Т.С. ГАРВАРДСЬКА МОДЕЛЬ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ	144
Носова Н.І. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ: МОЖЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ	144
Omelianova N., Chebanoba I. WHY STUDY THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE COMPANY WHEN ASSESSING COMPETITIVENESS	146
Orlova L. ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE DURING CRISES: BARRIERS, DRIVERS, AND STRATEGIES FOR RESILIENCE	147
Ovcharyk S.V. TRANSFORMATION OF THE COMPANY'S CORPORATE CULTURE DURING THE FULL-SCALE INVASION OF UKRAINE AND EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES	149

Пиртко С.А. СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ В АГРОБІЗНЕСІ	151
Подра О.П. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ	152
Радченко О.Д. СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	154
Рибалко-Рак Л.А., Матвієнко А.О., Опришко В.І. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОРІЄНТОВАНОЇ НА ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ	156
Селіщев С.В. ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ ЛОГІСТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	157
Семенчук Т.Б., Кушнір А.В. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТОВАРІВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ У НАПРЯМКУ ЗАХІДНИХ ПРИКОРДОННИХ ПЕРЕХОДІВ	158
Semenchuk T., Onoshko T. ENTERPRISE IMAGE AS A STRATEGIC FACTOR OF COMPETITIVENESS	160
Сеник А.І., Артеменко Л.П. ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	162
Skrypnyk N. DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY	163
Смородько П.В. ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ	165
Столярчук Н.В., Ставертій С.С. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АВІАКОМПАНІЙ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	166
Strelchenko I., Strelchenko A. METALLURGICAL INDUSTRY OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF POST-WAR RECOVERY	168
Тараненко І.В., Tymchenko L. СТАЛИЙ МАРКЕТИНГ: КОНЦЕПЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В ЄС ТА В УКРАЇНІ	169
Турчин В.В. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОПТИМІЗАЦІЇ КЛІЄНТСЬКИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ	171
Федотова Т.А. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ЧЕРЕЗ СКЛАДОВУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	173
Худолей В.Ю., Карпенко О.О., Бірюков Є.І. УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ESG-СТАНДАРТІВ: ДОСВІД ЄС ТА УКРАЇНИ	174
Хурдей В.Д., Семенова Л.Ю., Сташевська Д.С. МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ	176
Чумак А.С. ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ УКРЗАЛІЗНИЦІ НА ШЛЯХУ ДО ІНТЕГРАЦІЇ В ЗАЛІЗНИЧНУ ІНФРАСТРУКТУРУ ЄС	178
Шаповаленко Д.О., Серветник Н.П. АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В УКРАЇНІ	179
Шепель Т.В., Коновалова Н.Є. СТАРТАП ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	181

Шмагельська М.О., Чорний О.Ю. ВПЛИВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МЕНЕДЖМЕНТІ ЯКОСТІ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	183
Яковенко Р.В., Каркуша В.С. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА МЕДИЧНІ ПРЕПАРАТИ В УКРАЇНІ	185
Яковенко Р.В., Васильєва М.В. СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	187
3. DIGITAL TRANSFORMATION IN THE CONTEXT OF UKRAINE INTEGRATION INTO THE EU SINGLE DIGITAL MARKET AND MODERN MARKETING TOOLS TO ENHANCE COMPETITIVENESS	195
3. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄДИНИЙ ЦИФРОВИЙ РИНОК ЄС ТА СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	195
Akkani J. DEVELOPMENT OF THE MARKETING MIX FOR THE NIKE BRAND IN THE GLOBAL SPORTSWEAR MARKET	195
Alabi I., Fedko M. TECHNOLOGICAL INNOVATIONS TRANSFORMING MARKETING COMMUNICATIONS	196
Аль-Хасан М.Х. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	197
Биханов Т.Р. ПОНЯТТЯ, МЕТА ТА ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ЦІНОУТВОРЕННІ	198
Биханов Т.Р. МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СФЕРІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ	198
Бицюра Ю.В. ТОКЕНІЗАЦІЯ ЗЕМЛІ ЯК ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	199
Borodina Y. FEATURES OF PROMOTING A NEW PRODUCT ONTO THE MARKET	201
Бубенець І.Г., Вишневська В.В. ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	202
Бубенець І.Г., Кашлікова М.М. МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СУЧАСНІ РІШЕННЯ	204
Бубенець І.Г., Ковальов С.С. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ У ПОЛІТИЦІ ПРОСУВАННЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	206
Букало Н.А. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	208
Бурма Я.О. ОСНОВНІ ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	210
Весперіс С.З. МАРКЕТИНГОВІ ЕКОСИСТЕМИ: ІНТЕГРАЦІЯ РІЗНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ	211
Гарбуз Б.Г. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ	213
Голованова М.А., Решетілова Т.Б. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК КЛЮЧ ДО ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ЄДИНИЙ ЦИФРОВИЙ РИНОК ЄС: МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАЙБУТНЬОГО	215
Головчук Ю.О., Прохорова Ю.В. СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ	217

Городняк І.В., Гнатів Ю.П. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: УКРАЇНА ТА ЄВРОПА	219
Гриценко Е.Ю. УЗАГАЛЬНЕННЯ ОСНОВНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ	221
Гузенко О.П. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	222
Гуляєв В.М., Ткаченко І.П. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УНІВЕРСИТЕТІВ: ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДВИЩЕННЯ	224
Дронова Т.С. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ІНФЛЮЕНСЕР-МАРКЕТИНГУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БРЕНДІВ	225
Єлісєєва О.К., Белозерцев В.С. ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: УСПІШНІ KEY-CASES У МАРКЕТИНГОВІЙ АНАЛІТИЦІ	227
Єлісєєва О.К., Белозерцев В.С. АНАЛІТИКА ЯК ДРАЙВЕР КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ: ІНТЕГРАЦІЯ GOOGLE ANALYTICS ТА BI-CYSTEM У МАРКЕТИНГОВУ СТРАТЕГІЮ	228
Zhykhareva-Tolstik H., Kartašova J. РЕНОВАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЦЕНТРІВ У США	231
Забранський М.В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ: РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	232
Захарченко Л.А., Маклецький Д.Г. ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА НАПРЯМИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	233
Кадала В.В. ОГЛЯД ПРОБЛЕМАТИЧНИХ СЕГМЕНТІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	235
Корж А.І. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ	236
Kozyriatska M.V. EVALUATION METHODS FOR ONLINE MEDIA ADVERTISING CAMPAIGNS	237
Костогриз К.А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	238
Левченко Н.К. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «БАРСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД»	240
Martynenko A., Fedko M. MARKETING COMMUNICATION MODERN TRENDS AND ROLE IN BUSINESS GROWTH	242
Марчук О.І. ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ: БАЛАНС МІЖ ЕФЕКТИВНІСТЮ ТА ЕТИЧНИМИ ВИКЛИКАМИ	243
Матненко А.Г. АДАПТАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЄЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА ДО ВИМОГ ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС	245
Меняйлова Г.С. ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	246
Мірошник М.В., Мостова К.Є. МАРКЕТИНГ У МЕТАВСЕСВІТІ ТА НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ	247
Надрага В.І., Пекін А.Ю. ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНИМИ РИЗИКАМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	249
Ольшицький Д.Д. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СПОЖИВАЧА	250
Очеретяний Б.Р., Кобченко А.А. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ СУЧАСНИМИ КОМПАНІЯМИ	251

Очеретяний Б.Р., Смирнова Т.А. РОЗРОБКА ЕКОЛОГІЧНО-МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ СУЧАСНИМИ КОМПАНІЯМИ	253
Пирог Є.Д. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ ЯК СКЛАДНИКА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ	254
Пінчук Н.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗПЛОТНИХ СИСТЕМ ТА ДРОНІВ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	256
Raportina A. ONLINE RETAIL TRANSFORMATION IN FASHION INDUSTRY: STRATEGIC TRENDS AND CONSUMER BEHAVIOUR IN THE DIGITAL MARKETPLACE	257
Самброс Л.В., Хурдей В.Д. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ	258
Тардаскіна Т.М., Мартинова Д.С. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЦИФРОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ІТ-ПРОДУКТУ	260
Тодощук Н.А. ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ У МІЖНАРОДНІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	261
Третяк Д.С. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	263
Тронько С.Т. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄДИНИЙ ЦИФРОВИЙ РИНОК ЄС ТА ЇЇ ВИКЛИКИ	264
Устік Т.В. БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРОЗОРОСТІ ТА БЕЗПЕКИ	265
Устьян О.Ю. СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ В2В ЛІДОГЕНЕРАЦІЇ	268
Фіалкович Є.А. ЦИФРОВА ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗРОСТАННЯ	269
Цвірко О.О., Сальников В.В. РОЗВИТОК ІТ-СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: АДАПТАЦІЯ ДО ЦИФРОВИХ СТАНДАРТІВ ЄС	270
Черниш М.С. ВІРТУАЛЬНА ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	273
Чернобровкіна С.В., Чернобровкін А.В. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БРЕНДІВ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ	274
Чернушкіна О.О. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО HR-ІНЖИНІРИНГУ	275
Чукурна О.П., Карасевич А.В., Гончарук Н.О. ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РИНОК ПРАЦІ	277
Шмиголь Н.М., Єлісєєв Є.Ю. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ	278
CONCLUSION	280
ВИСНОВКИ	281

This allows businesses to adjust strategies in real-time to maintain relevance and competitiveness in a rapidly changing business environment [3]. It acts as a benchmarking tool, enabling organizations to gauge their performance against industry peers, set realistic goals, and guide necessary steps for improvement.

In the realm of innovation and differentiation, competitor analysis serves as a source of inspiration. Observing competitors' successes and failures sparks innovative ideas, guiding businesses in creating unique value propositions or exploring market gaps. Additionally, it plays a crucial role in resource allocation within strategic planning, helping prioritize initiatives and optimize resource utilization for maximum impact.

Competitor analysis is not merely an adjunct to strategic planning; it is an indispensable catalyst. It enhances the decision-making process, providing guidance toward opportunities and away from pitfalls, ensuring a calculated trajectory toward success in the dynamic and competitive business arena.

References

1. Porter, M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980. 396 p.
2. Determinants of national foundational competitiveness. ResearchGate. [Online] Available at: https://www.researchgate.net/figure/Determinants-of-national-foundational-competitiveness_fig1_236903847.
3. Grant, R. Contemporary Strategy Analysis. 8th ed. John Wiley & Sons, 2013. 512 p.
4. Barney, Jay B., Hesterly, W. S. Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases. 5th edition. Pearson Education, 2014. 384 p.
5. Porter, M. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990. 896 p.
6. Schwab, K. The Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum, 2019.
7. Teece, David J., Pisano, Gary, Shuen, Amy. Dynamic Capabilities and Strategic Management. Strategic Management Journal, Vol. 18, No. 7, 1997, pp. 509-533.
8. Aaker, David A. Building Strong Brands. New York: Free Press, 1996. 380 p.
9. Kim, W. Chan, Mauborgne, R. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press, 2015. 256 p.
10. Barney, Jay B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, Vol. 17, No. 1, 1991, pp. 99-120. 13
11. Kotler, Ph., Keller, K. L. Marketing Management. 15th ed., Pearson, 2016. 832 p.

Т.В. Лисюк, кандидат педагогічних наук, доцент

доцент кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВОЛИНИ: СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Туристичні підприємства Волинської області активно впроваджують інновації для підвищення конкурентоспроможності та адаптації до змін на ринку. Серед інновацій, які використовуються на підприємствах: технологічні інновації, автоматизація процесів, цифровий маркетинг, CRM системи, а також інноваційні підходи до організації бізнесу та соціальні інновації (табл. 1).

Таблиця 1

Туристичні підприємства Волинської області, які застосовують інновації

Назва підприємства	Рік заснування	Інновації
Мікс Тур, м. Горохів	2010	CRM системи.
Нові Мандри, м. Володимир-Волинський	2012	Big Data, AI
Мікс Тур, м. Луцьк	2015	Автоматизація.
Патріот, м. Луцьк	2008	Сталі практики
Світязь Актив, м. Шацьк	2011	Цифровий маркетинг. CRM
Шалені Весла, м. Любешів	2014	Інклюзивні ініціативи
Geoexpress, м. Луцьк	2018	Big Data, AI
Патріот, м. Іваничі	2009	Цифровий маркетинг
Смак Пригод, м. Маневичі	2016	Технологічні інновації. CRM
Мега Трейд, м. Луцьк	2007	Big Data, AI
Антар, м. Луцьк	2010	Автоматизація. Сталі практики
Поїхали з нами, м. Луцьк	2015	Технологічні інновації
Море Турів, м. Луцьк	2012	Технологічні інновації. CRM
На Валізах, м. Луцьк	2014	Big Data, AI
Соната, м. Камінь-Каширськ	2006	Соціальні інновації
Тур, м. Ковель	2009	Технологічні інновації. CRM
Bee Travel, м. Луцьк	2005	Технологічні інновації. CRM
Time Travel, м. Луцьк	2010	Цифровий маркетинг. Big Data
Tour, м. Луцьк	2012	Організаційні інновації
Enjoy Travel, м. Луцьк	2008	Технологічні інновації. CRM
West Tour, м. Луцьк	2015	Автоматизація. Big Data

Острів, м. Луцьк	2007	Соціальні інновації
TUI, м. Луцьк	2011	Нові бізнес-моделі
Оазис тур, м. Луцьк	2009	Технологічні інновації
Coral Travel, м. Луцьк	2006	Організаційні інновації
Makintur, м. Луцьк	2013	Big Data. AI
Apex Tour, м. Луцьк	2014	Нові бізнес-моделі
Mr.TRAVEL, м. Луцьк	2011	Технологічні інновації
Міст Тур, м. Луцьк	2010	Big Data. машинне навчання
Тур Гламур, м. Луцьк	2012	Автоматизація
Релаксія, м. Луцьк	2008	Соціальні інновації
Райські канікули, м. Луцьк	2015	Технологічні інновації

Туристичні підприємства Волинської області, незважаючи на складні умови війни, продовжують активно працювати та впроваджувати інновації. Вони використовують сучасні технології, автоматизацію, цифровий маркетинг, CRM системи, а також Big Data та штучний інтелект для оптимізації своєї діяльності. Завдяки цьому підприємства вдається не лише зберегти конкурентоспроможність, але й забезпечити високу якість обслуговування, залучати нових клієнтів та підтримувати економічну стабільність регіону. Підприємства Волині демонструють стійкість і готовність адаптуватися до викликів, що стоять перед ними в умовах війни [1].

Технологічні інновації є найбільш поширеним напрямком серед туристичних підприємств Волині. Більшість компаній активно впроваджують нові технології для оптимізації процесів обслуговування клієнтів, підвищення ефективності роботи та зменшення витрат. Наприклад, підприємства "Мікс Тур", "Патріот", "Світазь Актив", "Геоexpress" та багато інших активно використовують технологічні інновації у своїй діяльності.

Цифровий маркетинг та CRM системи є важливими інструментами для управління відносинами з клієнтами, персоналізації пропозицій та залучення нових клієнтів. Підприємства, такі як "Море Турів", "Travel Tour", "Мікс Тур", активно використовують ці інновації для покращення клієнтського досвіду та підвищення лояльності.

Big Data та AI (штучний інтелект). Використання великих даних та штучного інтелекту набирає популярності серед туристичних підприємств, особливо тих, що прагнуть досягти більш точного таргетингу аудиторії та ефективнішого управління ресурсами. Наприклад, компанії "Нові мандри", "Геоexpress", "West Tour" активно впроваджують ці технології.

Соціальні інновації та інклюзивні ініціативи спрямовані на покращення доступності та якості туристичних послуг для різних груп населення, включаючи людей з обмеженими можливостями. Компанії, такі як "Шалені весла", "Смак Пригод", "Острів", активно реалізують такі ініціативи.

Автоматизація та організаційні інновації дозволяють значно зменшити затрати часу та ресурсів на виконання завдань, що підвищує ефективність роботи компаній. Організаційні інновації, в свою чергу, спрямовані на покращення структури управління та адаптацію до нових умов ринку. Такі підприємства, як "Мікс Тур", "Tour", активно впроваджують ці інновації.

На рис. 1 відображено кількість туристичних підприємств Волинської області, які впроваджували інновації з 2014 по 2024 роки. Він демонструє тенденції активності підприємств у впровадженні інновацій, зокрема падіння активності у 2019 році під час пандемії COVID-19 та зміни, які відбулися після початку війни в 2022 році [3].

Інноваційний підхід дозволяє підприємствам Волинської області:

- підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку;
- залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих;
- оптимізувати внутрішні процеси та знижувати операційні витрати;
- забезпечувати соціальну відповідальність та доступність послуг;
- використовувати сучасні технології для підвищення якості обслуговування та управління бізнесом.

Однак, впровадження інновацій також пов'язане з низкою викликів. Основні труднощі включають необхідність значних фінансових вкладень, потребу в кваліфікованих кадрах та адаптацію до швидких технологічних змін.

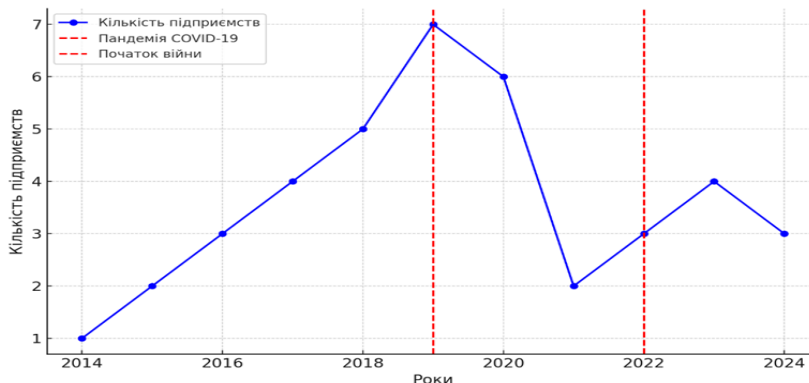


Рис. 1. Кількість туристичних підприємств Волинської області, які впроваджують інновації (2014-2024 рр.)

Для успішного розвитку підприємствам необхідно:

- інвестувати у навчання персоналу;
- впроваджувати нові бізнес-моделі;
- залучати додаткові інвестиції для впровадження технологічних інновацій;
- забезпечувати гнучкість та швидкість реагування на зміни ринку [2].

Туристичні підприємства Волинської області активно впроваджують інновації, що дозволяє їм зберігати та підвищувати конкурентоспроможність, адаптуватися до нових ринкових умов та покращувати якість послуг. Використання технологічних інновацій, цифрового маркетингу, CRM систем, соціальних та інклюзивних ініціатив відкриває нові можливості для розвитку туризму в регіоні та сприяє загальному економічному зростанню.

У період післявоєнного відновлення туристичний сектор Волині має зосередитися на відновленні інфраструктури, просуванні інноваційних практик та використанні цифрового розвитку для створення сталої та сучасної галузі.

Список використаних джерел

1. Зарубіна, А., Онойко, Ю., Щербатюк, Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>
2. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Горяєва А.І. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. *Економіка та суспільство*. 2024. No 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3435>
3. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554>

**І.М. Лепетан, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
С.В. Романенко, кандидат економічних наук,
викладач кафедри менеджменту та маркетингу**

Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова, м. Вінниця, Україна

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Ефективний розвиток кадрового потенціалу в закладах охорони здоров'я є ключовим фактором забезпечення доступності та якості медичних послуг. В умовах реформування системи охорони здоров'я, демографічних змін, глобальних викликів, таких як пандемії та міграція медичних кадрів, особливого значення набувають стратегії підготовки, мотивації та утримання фахівців.

Недостатня кількість кваліфікованих медичних працівників, їх нерівномірний розподіл за регіонами, професійне вигорання та низький рівень заробітної плати створюють серйозні ризики для ефективного функціонування закладів охорони здоров'я. Крім того, цифровізація медицини, розвиток телемедицини та впровадження сучасних управлінських підходів потребують безперервного навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

Отже, розробка та впровадження ефективних стратегій розвитку кадрового потенціалу є необхідною умовою для стабільного функціонування та підвищення конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я в сучасних умовах.

Метою дослідження є аналіз та розробка ефективних стратегій розвитку кадрового потенціалу в закладах охорони здоров'я з урахуванням сучасних викликів та тенденцій у сфері медицини. Дослідження спрямоване на визначення основних проблем кадрового забезпечення, оцінку впливу мотиваційних механізмів, професійного розвитку та організаційної культури на якість надання медичних послуг, а також розробку рекомендацій щодо підвищення ефективності управління персоналом у медичних установах.

Система охорони здоров'я значною мірою залежить від рівня кваліфікації та професійної компетентності медичних працівників. Ефективне управління кадровим потенціалом є ключовим фактором забезпечення якісної та доступної медичної допомоги. У сучасних умовах реформування галузі охорони здоров'я виникає необхідність розробки стратегій, що сприятимуть розвитку персоналу, підвищенню їх мотивації та вдосконаленню професійних навичок.

Управління персоналом у закладах охорони здоров'я (ЗОЗ) має свої особливості, зумовлені специфікою медичної діяльності, необхідністю забезпечення високоякісного обслуговування пацієнтів, високим рівнем відповідальності працівників та регулюванням галузі законодавчими нормами.

Заклади охорони здоров'я мають специфічний кадровий склад, що включає лікарів різних спеціалізацій, медичних сестер, санітарів, фармацевтів, адміністративний персонал та технічний персонал.

Особливістю кадрового складу є висока кваліфікація працівників, адже медична діяльність потребує спеціалізованих знань і навичок. Крім того, медичний персонал часто працює в умовах підвищеного навантаження, що може спричиняти емоційне вигорання. Дефіцит кадрів у певних медичних спеціальностях ускладнює процес укомплектування штату, особливо у віддалених регіонах.

Медична сфера регулюється низкою законодавчих актів та нормативних документів, що визначають права та обов'язки працівників, їхню професійну діяльність, а також умови праці.

Основні вимоги до управління персоналом у ЗОЗ включають:

Scientific editing:

Doctor of Economic Sciences, Professor I.V. Taranenko
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor A.D. Mostova

Наукове редагування:

доктор економічних наук, професор І.В. Тараненко
доктор економічних наук, доцент А.Д. Мостова

Proceedings of the International Research Conference “EU Strategies for Competitiveness, Growth and Prosperity:
Strategic Management of Competitiveness in the Context of European Integration Processes”

Alfred Nobel University Dnipro,

March 19, 2025.

(in English and Ukrainian)

Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності,
зростання та добробуту: Стратегічне управління конкурентоспроможністю в контексті євроінтеграційних
процесів»

Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро.

19 березня 2025 р.

(англійською та українською мовами)