

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС ОСВІТИ
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



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

*до 20-річчя кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

23-24 квітня 2025 р.

**Київ – 2025
Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»**

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 № 5 від 16 травня 2025 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.1. – 589 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 23-24 квітня 2025 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.

eISBN 978-966-518-855-1

DOI 10.35668/978-966-518-855-1

<https://doi.org/10.35668/978-966-518-855-1>

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2025 р.

СЕКЦІЯ 1. НОВІТНІ ПАРАДИГМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Бабенко І.В., Школяр С. П.

Цілі реінжинірингу в удосконаленні менеджменту та маркетингу
бізнес-процесів 32

Близнюк А.О., Гетьман О.О.

Ефективність управління маркетинговою діяльністю на підприємстві 34

Бондарев Н.Д.

Імплементация технології блокчейн у менеджменті 36

Бочарова Н.А., Камал С.Е.

Вплив ризик менеджменту на різні діяльності суб'єктів
господарювання 38

Буняк Н.М., Бохотниця С.М.

Методичні підходи до оцінки ефективності управління змінами в
діяльності підприємства 40

Ващук К.О., Волинець І.Г.

Основні аспекти управління ефективністю діяльності підприємства 42

Волкова І.А.

Організація управління підприємством 44

Воронкова В.Г., Череп А.В., Череп О.Г.

Штучний інтелект (ШІ) як драйвер сталого розвитку «зеленої»
економіки 47

Галушак О.Я., Галушак М.П.

CRM система як елемент управління якістю на підприємстві 50

Гарбузюк В.В.

Аналіз безпекоорієнтованого управління закладами охорони
здоров'я: теоретичний базис 51

Герман К.В.

Відображення теорії потреб А. Маслоу у реалізації продукції бізнесів 54

Глинський Н.Ю., Гірна О.Б.

Партнерський маркетинг на рівні територій: випадок Львівської
агломерації 57

Гнилокурченко М.С., Кузнецова І.О.

Види конкурентних переваг в управлінні ІТ компанією 59

Грабовська І.В.

Інноваційні підходи у формуванні механізму антикризового
управління 61

Грошелева О.Г.

Аутсорсинг як інструмент забезпечення економічної безпеки
підприємства 64

Гудзь П.В., Зубко О.В., Нефьодова А.В.

Сучасні методи дослідження управління віртуальними організаціями 66

Гуменна О.В., Адамчук Р.І.	
Моделювання виробничої системи за допомогою системного підходу	68
Гуцул Д.Б., Пічик К.В.	
Вибір методології управління проектами в умовах кризової економіки	71
Дейнега І.О., Фігун А.В.	
Потенціал реалізації медичного маркетингу в умовах післявоєнної відбудови України	73
Денисюк О.Г.	
Комплаєнс як міждисциплінарне поняття: кластеризація наукового поля	75
Євтушенко О.А.	
Напрями підвищення ефективності продуктивних команд	78
Жолонко Т.В.	
Agile менеджмент як сучасний підхід до управління	79
Завербний А.С., Залізна Л.В., Псуй М.С.	
Проблеми формування системи управління постачальницькою діяльністю за умов війни та поствоєнний період	82
Зозульов О.В., Бобошко Є. М.	
Agile технологія в розробці товару підприємства	84
Іваненко В.С.	
Інноваційні парадигми управління в епоху цифрової економіки	86
Ігнат'єв І.С.	
Впровадження сучасних концепцій маркетингу для сфери протезування	89
Кисіль А.В.	
Антикризове управління маркетинговою діяльністю в умовах економічної турбулентності	91
Кононова Є.О., Храпкіна В.В.	
Адаптивні маркетингові стратегії малого бізнесу в умовах війни	93
Корольков В.В., Шумельна Н.А.	
Управління формуванням, оновленням та використанням основних виробничих фондів на підприємстві	96
Копчак Ю.С., Березанська Я.В.	
Формування парадигм розвитку менеджменту в умовах воєнного часу	98
Кузик Л.А.	
Лідерство в епоху штучного інтелекту	100
Кулиняк І.Я.	
Маніпулятивні техніки в туристичному маркетингу: вплив на вибір споживачів	103
Куций Д.В., Посилкіна О.В.	
Оцінка ефективності управління змінами в закладах охорони здоров'я в умовах впровадження цифрових технологій	105
Ліньков О.О., Лінькова О.Ю.	
Менеджмент сталого розвитку	108

Лозінська Т.Б., Посилкіна О.В.	
Удосконалення наукових підходів до класифікації теорій лідерства	110
Лялюк Д.В.	
Особливості управління командою волонтерів в онлайн середовищі	113
Масалаб О.В., Ткачова Н.П.	
Маркетинг в соціальних мережах	115
Метеленко Н.Г., Воронкова В.Г., Нікітенко В.О.	
Міжнародний досвід упровадження концепцій зеленої економіки та зеленого менеджменту для сталого розвитку	117
Микитенко В.В.	
Упорядкування механізмів просторового розвитку за полівекторною моделлю господарської системи	120
Могилова М.М.	
Галузеві особливості оцінки бізнесу ринковим підходом	122
Мороз О.М.	
Екстрена, стабілізаційна та реабілітаційна допомога: ключові напрямки благодійної діяльності в Україні	124
Ніколаєнко Є.А.	
Новітні парадигми менеджменту як стратегічний напрямок сталого економічного розвитку та стабільності підприємства в умовах військового часу	126
Онопрієнко І.М.	
Ситуаційний аналіз як складова маркетингового планування	128
Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О.	
Маркетингові стратегії як засіб управління конкурентоспроможністю підприємства	130
Перерва О.П.	
Бенчмаркінг як форма створення та розвитку конкурентних переваг підприємства	132
Пікус А.О.	
Трансформація маркетинг стратегії підприємства: перехід від 4Р до 4С як засіб підвищення конкурентоспроможності	134
Поляк К.Ю.	
Трансформації сучасного менеджменту	138
Попова О.Л.	
Розбудова зеленої архітектури САП ЄС в аграрному секторі України	139
Продіус Ю.І.	
Краудфандинг як інструмент менеджменту	142
Росоха В. В.	
Географічні зазначення та їх роль у розвитку бізнесу	144
Решетнікова О.В., Богоутдінова А.М.	
Маркетингова товарна стратегія підприємства: етапи формування та напрями розвитку	146

Савельєв М.С.	
Виклики сучасного кризового середовища: парадигма практики управління ризиками на малих та середніх підприємствах та принципів високої надійності	149
Сизоненко Я.О.	
Системний підхід до маркетингового управління діяльністю підприємства	152
Теренчук Р.В.	
Трансформація маркетингової діяльності підприємства у воєнний час	154
Трифонов О.В.	
Вплив цифрових технологій на економічне прогнозування	157
Хамініч С.Ю., Мирошниченко В.В.	
Синергія маркетингу та інформаційних технологій у трансформації соціально-економічних систем	158
Хамуда В.О., Волинець І.Г.	
Засади управління конкурентоспроможністю підприємства	161
Черних О.В., Ніконенко О.В., Капустін О.О.	
Адаптивне управління виробничим потенціалом інноваційно-орієнтованого підприємства	164
Шандрик К.В., Ковшова І.О.	
Особливості імплементації нейромаркетингового інструментарію в ювелірному бізнесі	165
Шевчук Д.Д., Романченко Н.В.	
Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства	168
Шматько Н.М., Бєлоброва А.О.	
Трансформація концепцій управління людськими ресурсами: сучасні підходи та перспективи розвитку	171

СЕКЦІЯ 2.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Бездітко О.Є., Іщенко Л.І.	
Актуальні аспекти адаптації вітчизняних підприємств до змін у зовнішньому середовищі	174
Бєспрозванна А.І.	
Трансформація маркетингових стратегій міжнародних та вітчизняних компаній в умовах війни	176
Бичкова Д.М.	
Фандрейзинг як інструмент забезпечення сталості освітніх проєктів	178
Білько О.Є., Могилова М.М.	
Розвиток ринку М&А в ІТ сфері як фактор обґрунтування стратегічних рішень підприємств	181

Богущ Л.Г.	
Стратегічний маркетинг підприємства як інструмент його економічної сталості в конкурентному середовищі	183
Брагіна О.С.	
Інноваційна стратегія як рушійна сила конкурентоспроможності підприємства в умовах екологічних обмежень	186
Василик В.С.	
Комунікаційні процеси у системі менеджменту підприємства	188
Верстяк А.В.	
Франчайзинг в Україні: сучасний стан, технологічні інновації та теоретичні підходи	190
Верстяк О.М.	
Сталий розвиток у рамках цілісного стратегічного управління на міжнародному рівні	192
Гетьман О.О., Близнюк А.О., Веретельников О.Ю.	
Структурування організації як невід'ємна частина її конкурентоспроможності	194
Дудник О.В.	
Оцінка стратегічного потенціалу підприємств АПК в умовах посткризового відновлення економіки	196
Зайдель О.І., Попко О.В.	
Маркетинговий аналіз ринку сонячної енергетики в Україні	199
Захарченко Д.Ю.	
Удосконалення операційної моделі бізнес-організації	200
Зозульов О.В., Данько К. А.	
Сучасні виклики при розробленні маркетингової стратегії підприємств авіадвигунобудівної галузі України	203
Ігнат'єв О.І.	
Формування стратегічного потенціалу ЗВО в умовах біфуркації	205
Ільїна М.В.	
Управління сталим розвитком територіальних громад	208
Кашуба І.В.	
Ресурсна стратегія успіху бізнесу на основі оцінки економічного потенціалу підприємства	210
Кебко В.В.	
Маркетингова складова розвитку зовнішньої торгівлі	212
Климентова М.В.	
Підходи до встановлення цін на наукову продукцію університету	214
Клос С.В.	
Роль маркетингових досліджень у стратегічному розвитку підприємств	216
Коверга С.В., Кулієв Р.В.	
Балансування між скороченням витрат та інноваційним розвитком: стратегічні виклики для промислових підприємств України в умовах війни та післявоєнного відновлення	218

Кожемякіна Т.В., Романченко Н.В.	
НСЗУ: роль та місце в публічному управлінні у сфері охорони здоров'я	220
Колодюк А.М.	
Ідентифікація інноваційної стратегії: особливості та типізація	223
Корольков В.В., Берестовенко Є.Д.	
Формування стратегії виходу на зарубіжні ринки для металургійного підприємства	226
Кошельок Г.В., Губанов М.С.	
Вплив грошових потоків на сталий розвиток підприємства	228
Кравченко А.О.	
Маркетинг сталого розвитку як складова стратегічного управління підприємством	230
Крохмалюк Ю.Ю.	
Управління маркетинговими процесами при виведенні на ринок нових товарів	232
Кузьо Н.Є., Попко О.С., Слінецький О.Є.	
Принципи сталого розвитку у сфері закупівель	235
Лезіна А.В.	
Застосування моделі Наоміє в рамках зміцнення економічної безпеки підприємств	237
Малиновська А.Р.	
Методичні підходи оцінки розвитку потенціалу аудиторських фірм	239
Мельник Р.В.	
Сучасні стратегії розвитку підприємства та їх інструментарій	242
Милько І.П.	
Теоретичні аспекти маркетингу інновацій підприємства	245
Муштай В.А.	
Сутність та стратегічна значущість функцій ринкової інфраструктури в задоволенні потреб споживачів	247
Нечаєва І.А., Кадігрова А.О.	
Сучасні підходи до маркетингової стратегії як інструменту антикризового управління та формування конкурентних переваг підприємства	249
Овецька О.В., Лазаренко В.В.	
Типізація стратегічних змін у газорозподільній системі України	251
Олексієнко Р.Ю., Сало Б.С.	
Стратегічний підхід до управління ризиками для досягнення сталого економічного розвитку організації	252
Омельченко О.В.	
Удосконалення кадрової політики у ТОВ «Газорозподільні мережі України» в контексті підвищення ефективності його діяльності	255

Плахотнюк Х.Я., Сидоренко О.В.	
Маркетингові стратегії (за класифікацією І. Ансоффа) та їх вплив на розвиток бізнесу	257
Поданчу Д.Д., Храпкіна В.В.	
Маркетингова стратегія розвитку малих підприємств	260
Пономарьов В.Д.	
Матрична модель економічного оцінювання діяльності промислового підприємства	262
Поплавський П.І.	
Стратегічний менеджмент і маркетинг в контексті сталого економічного розвитку	263
Рибалко Рак Л.А., Кужель Н.Л., Чугуєвець К.С.	
Процедура залучення персоналу організації до процесу розробки стратегії	265
Рокунець Н.О., Попко О.В.	
Оцінка перспектив розвитку ТзОВ «Кузнецовський хлібозавод» на основі SWOT аналізу	268
Самборська О.Ю.	
Гносеологічні засади управління бізнес процесами у забезпеченні економічної безпеки підприємства	270
Сеньковська А.В., Демчук З.О.	
Формування стратегії управління розвитком компанії	272
Сидіч М.Ю.	
Потенційний вплив нового митного кодексу на оподаткування експортних та імпорتنих операцій	275
Скутнєва А.В.	
Роль та місце стратегічного менеджменту та маркетингу в закладах охорони здоров'я	278
Соколюк К.Ю.	
Особливості маркетингу агропродовольчого та агропромислового ринків: теоретико методологічний аналіз у контексті сталого розвитку	280
Стельмащук М.О., Попко О.В.	
Оцінювання перспектив розвитку мережі DNIPRO M на основі стратегічного аналізу	283
Стець С.С.	
Роль комунікації в процесі організаційних змін	285
Сумець О.М., Співакова Н.О., Огієнко С.О.	
Опір інноваціям – ключова проблема стратегічного менеджменту вітчизняних підприємств	287
Таранченко В.В.	
Напрями поліпшення маркетингового забезпечення підприємств аграрного сектору	288

Терпіль Д.Ю. Якість управлінських рішень як основа ефективного стратегічного управління	291
Ткаченко І.П., Гуляєв В.М., Сорокіна Л.М. Стратегічний менеджмент і маркетинг в контексті сталого розвитку закладів вищої освіти в умовах воєнного стану	293
Фаранюк Н.М., Яковенко Р.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства ПРАТ «Гідросила АПМ»	296
Ходзицька В.В. Межі звітування: розкриття принципу ланцюга вартості в стандартах звітності зі сталого розвитку	297
Цапро Д.О. Розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності незалежного медіа в Україні	300
Царьов О.С., Бабій О.М. Формування вартості підприємства в умовах сталого розвитку	303
Чайковська М.П., Стоянов В.М. Відповідальний маркетинг в контексті Індустрії 5.0	304
Чернушевич Л.В. Управління конкурентоспроможністю ТОВ «Фрог»: стратегічно інноваційні напрямки	306
Чуприна С.Л. Стратегічне планування як основа управління соціальною сферою держави	309
Шедько Д.В. Особливості трансформації корпоративного управління в умовах євроінтеграції	311
Школьний О.О. Глобальний стратегічний менеджмент в контексті сталого розвитку	313
Щеглова Є.В., Демчук З.О. Антикризова маркетингова стратегія в умовах війни: адаптація досвіду пандемії і традиційних криз	315
Яковенко Р.В., Коновальчук А.Ю. Особливості управління неформальними організаціями	317

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Андрійв П.О. Управління інноваційним потенціалом підприємств, що спеціалізуються на розробках військового призначення	319
---	-----

Близнюк А.О. Особливості інноваційної діяльності на автотранспортних підприємствах	322
Большая О.В. Інноваційні напрями управління підприємством	324
Бохонко І.В., Карий О.І. Підприємницькі наміри студентів і студенток економічних спеціальностей	326
Волошин А.В. Вплив штучного інтелекту на конкурентоспроможність країни	327
Гаврилюк О.О. Роль інноваційного менеджменту у формуванні конкурентних переваг сучасних підприємств	329
Гейко К.Є. Інноваційний розвиток залізничного транспорту: досягнення, проблеми та першочергові заходи	332
Дивак В.В., Якіна Н.О. Розвиток електронної комерції в Україні з початку повномасштабного вторгнення та її вплив на українське підприємництво	334
Дідковська Л.І. Інноваційні тренди для подолання водної кризи	336
Додон О.Д., Соколюк І.Ю. Соціальне підприємництво в аграрному секторі економіки як інноваційний напрям розвитку бізнесу на сільських територіях	338
Жежуха В.Й., Брославський В.В. Проблеми та перспективи смарт спеціалізації за умов інноваційного розвитку вітчизняних підприємств як основа економічного відновлення України	340
Zherlitsyn Dmytro SME innovation through scientific entrepreneurship hubs: model and practices insights	343
Іваненко В.В., Моголова М.М. Розвиток автомобільного ринку в умовах криз	345
Ізотова М.С. Роль державної політики у стимулюванні інноваційного розвитку бізнесу	348
Кравченко С.А. Розвиток сільськогосподарських кооперативів в умовах євроінтеграції	350
Кригульська Т.Б., Шeverдінкіна А.І. Організація процесу комерціалізації глибокотехнологічних рішень в інноваційній діяльності сучасної фірми	352
Курило Л.І., Якубовська А.Р.	

Проблеми інноваційної інфраструктури в Україні <i>Мейш М.М.</i>	354
Аналіз конкурентоспроможності консалтингової компанії <i>Мігай Н.Б.</i>	356
Основні характеристики та роль інноваційного підприємництва в умовах сучасних викликів <i>Мороз О.С.</i>	359
Інноваційна економіка як основа відновлення країни <i>Нгуєн Тан Дат, Козченко Я.В.</i>	361
Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни <i>Пасічник Ю.В.</i>	363
Інновації у забезпеченні зайнятості у сільській місцевості <i>Петренко О.П., Урсул Я.О.</i>	366
Сучасні інноваційні підходи в бізнесі як основа економічного прориву України <i>Потурнак А.С.</i>	368
Впровадження концепції сталого розвитку в діяльність Укргазбанку <i>Разумова Г.В., Полишков А.С.</i>	370
Роль інновацій у економічному відновленні України <i>Рудакова С.Г., Рудаков О.Г., Щетініна Л.В.</i>	373
Відновлення транспортної інфраструктури України: стратегічні кроки та міжнародна співпраця <i>Солодкий В.В.</i>	375
Розвиток ІТ-кластерів як передумова прискореного відновлення української економіки в післявоєнний період <i>Тельчаров Є.А., Корольков В.В.</i>	377
Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни <i>Удова Л.О.</i>	380
Розвиток біоенергетики у світі <i>Хилько І.І., Безушко О.Є.</i>	382
Імплементация ESG принципів як фактор підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств в умовах післявоєнної відбудови <i>Цапро Д.О.</i>	384
Інноваційний розвиток ринку молокопродуктів в Україні як чинник економічного відновлення аграрного підприємництва <i>Черненко О.С.</i>	386
Роль та вплив інноваційного розвитку на економічне зростання країн <i>Чернишова Л.І., Бондар К.Р.</i>	389
Роль інновацій у трансформації агросектору України в умовах кризи та післявоєнної відбудови	390

Шаломова А.О., Ігнат'єва І.А.

Технологія штучного інтелекту як рушій цифрової трансформації у сучасному суспільстві 393

Шевченко А.А., Волкова А.С.

Діагностика використання біотехнологічних розробок у тваринництві 395

Юрик Н.Є., Дикий Ю.О.

Аналіз інноваційної активності підприємств України в сучасних умовах 397

Юськів Б.М.

Креативна економіка: взаємозв'язок культурних та економічних цінностей 400

СЕКЦІЯ 4.

ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Бабіцький Р.В., Огренич Д.Ф.

Методичний базис інвестування в стартапи 404

Білявський В.М., Духно Є.С.

Інтеграція екотуризму в непрофільну діяльність авіакомпаній 406

Борисенко В.В., Чеботарьова Н.М.

Тренди цифрового лідерства: що потрібно знати управлінцям у 2030 році 407

Вареник В.М., Піскова Ж.В.

Інноваційний підхід до навчання: використання методології Scrum у міждисциплінарних кейсах 410

Волинець І.Г.

Поведінкові чинники прийняття інвестиційних рішень 412

Ганечко І.Г.

Умови залучення інвестицій в Україну 414

Гой В.К.

Тренди інноваційно-інвестиційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу 417

Голяс В.І.

Інноваційні підходи до маркетингу в страховому бізнесі 419

Дорош О.І., Афоненкова М.І.

Сучасна митно-тарифна політика США та її наслідки для України 421

Євсєєв А.С.

Складові процесу комерціалізації інновацій на промислових підприємствах 423

Захарова Н.Ю.

Підходи до управління ризиками підприємств в умовах цифрової трансформації бізнес-середовища 426

Зимогляд М.В., Білявський В.М.	
Інноваційний менеджмент: виклики та перспективи в сучасному бізнес-середовищі	428
Кільницька О.С., Варварук О.С.,	
Оцінка основних засобів сільськогосподарських підприємств України: тенденції змін та проблеми відновлення	430
Кирилюк А.В.	
Аналіз ринку безалкогольних напоїв в Україні та визначення сучасних трендів	432
Кожушко П.І., Бочко О.Ю.	
Органічна продукція як основа інноваційно-інвестиційного розвитку аграрного сектору України	434
Корольков В.В., Грепп Ю.П.	
Роль грантової діяльності в розвитку організацій	437
Кустов В.П.	
Управління ризиками біржовій діяльності у контексті інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу	438
Микитин О.З., Пліш Ю.В.	
Міжнародна політика США: чи загрожують світові нові торговельні війни?	441
Морозов В.С.	
Інноваційні технології та їх роль у формуванні ефективної стратегії управління розвитком компанії	443
Пелех О.Б.	
Синергія науки, технологій і креативності: трансформація бізнесу та індустрій	445
Петренко Д.О.	
Аспекти плану інтеграції операцій зі з'єднання ринків	448
Філіппов В.Ю.	
Грантові механізми підтримки бізнесу, що сприяють відновленню економіки	451
Хамітов Р.Р., Олійник Т.Г.	
Розвиток стартап культури в Україні: проблеми та перспективи	453
Черноусов О.І., Ткачов М.М.	
Правове забезпечення інноваційної діяльності	455
Шовкун І.А.	
Фіскальне стимулювання інвестицій бізнесу в наукові дослідження та розробки	458
Шостак Л.В.	
Тренди інноваційно інвестиційного розвитку бізнесу: аналіз еволюції бізнес моделей у сучасних умовах	460
Шубравська О.	
Адаптація до зміни клімату в сільському господарстві: передовий досвід	463

Якимчук Т.В.

Пірингове кредитування на краудфандингових платформах як різновид інвестицій

465

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Балабаш О.С., Лазебний В. О.

Кадровий потенціал української ІТ індустрії: виклики та перспективи

467

Балашова О.В.

Моделювання зв'язку оплати праці та визначальних її факторів для працівників торговельного підприємства

469

Баранець Г.В., Дудник А.В.

Сучасні тенденції розвитку кваліфікації менеджерів

472

Биба В.В., Биба М.В.

Менторство та кар'єрний коучинг у цифровій освіті: перспективи впровадження в Україні

474

Бодішова В.О., Яковенко Р.В.

Визначення компетентностей менеджера з продажу в системі управління персоналом

476

Бондарєва І.В., Hamdi El Halima

Удосконалення підходів до управління персоналом у фармацевтичній галузі

478

Бориц В. І., Данілко М. В.,

Інвестиційно-інноваційна концепція людського капіталу охорони здоров'я в умовах глобалізації

481

Бочарова Н.А., Яровий І.О.

Системний підхід та теорія вирішення винахідницьких задач в управлінні мультикультурними командами

483

Вербовська Л.С., Фастівський Г.В., Гамуляк Н.М.

Теоретичні аспекти управління проєктними командами

485

Водолажська Т.О., Дегтярьов М.С., Діхтяренко К.І.

Управління талантами потреба сьогодення

487

Вонберг Т.В., Коваленко Н.О.

Мотивація персоналу в умовах трансформації соціально економічних систем

490

Герасименко М.Е., Сидоренко О.В.

Бренд роботодавця як інструмент управління персоналом: етапи формування стратегії HR брендингу

492

Гончар Л.В., Яровий Я.К.

Оцінка управління персоналом: методи вимірювання ефективності

495

Громова О.В.	
Гнучкість управління персоналом як ефективна стратегія бізнесу майбутнього	497
Данилевич Н.С., Давидюк Т.В.	
Оцінювання персоналу як інструмент для досягнення корпоративних цілей	499
Дебела І.М.	
Інвестиційний потенціал людського капіталу в концепції ресурсного підходу до управління персоналом	501
Деркач С.О., Матукова Г.І.	
Діджитал інструменти в управлінні закладом охорони здоров'я	504
Дмитрук С.М., Бухал В. В.	
Рекрутинг персоналу в умовах цифрових трансформацій	507
Добринчук А.В., Храпкіна В.В.	
Бренд роботодавця як інструмент залучення талантів в умовах війни	509
Заславський С.Є.	
Gamification, VR/AR та штучний інтелект у HRM промислових підприємств: інноваційні підходи до управління людськими ресурсами у гібридному робочому середовищі	511
Іващенко А.В.	
Формування ефективної системи мотивації персоналу як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	514
Канєвська К.О., Ковшова І.О.	
Інноваційні методи організації віддаленої роботи креативних команд медійних компаній	516
Климова Л.І., Супрун Д.Г.	
Бренд роботодавця як ключовий інструмент залучення та утримання талантів	518
Ковальська М.Г., Кравчук О.І.,	
Корпоративна соціальна відповідальність у процесі онбордингу персоналу	521
Козлова П.В., Верховод І.С.	
Управління командами в організаціях як фактор розвитку бізнесу	524
Кокарєв І.І.	
Кадрове забезпечення конкурентоспроможності підприємств	526
Коляда Т.А.	
Правове регулювання рекрутингу та кадрової політики в сучасних умовах	528
Коновальчук А.Ю., Яковенко Р.В.	
Управління персоналом через формування ефективного колективу	530
Кочубеєва В.В., Матукова Г.І., Стрелко Г.В.	
Управління персоналом організації: виклики сьогодення	532
Кравчук О.І.	
HR дашборди у стратегічному менеджменті персоналу	535

Лазаренко Ю.О.	
Залученість персоналу та організаційна прихильність: взаємозв'язок у контексті ефективного управління людським капіталом	537
Лебідь Д.А., Ігнатська І.А.	
Проблемні питання розвитку понятійно-категоріального апарату теорії мотивації	539
Лук'янчук О.М.	
Особливості ефективного управління персоналом благодійних організацій в умовах воєнного стану	541
Максимова С.В.	
Мотивація персоналу як ключовий фактор розвитку маркетингових ініціатив компанії	543
Мордванюк А.В.	
Гнучкі організаційні структури в системі підвищення ефективності управління	546
Ноздрачов С.В.	
Крафтинг роботи (Job Crafting) як інструмент підвищення лояльності та благополуччя працівників в українських організаціях	548
Поліщук О.Ю., Сяська О.В.	
Стратегічний аналіз соціально-демографічних факторів в Україні	550
Пришва А.В., Сидоренко О.В.	
Синергія штучного та емоційного інтелекту в управлінні бізнес командами в умовах цифрової трансформації	552
Редька О.З.	
Трансформація ринку праці у машинобудуванні: виклики та можливості	554
Сазонова Т.О., Брашова Д. О.	
Управління командою в умовах кризи	556
Сенкевич М.Ю., Сазонова Т.О., Столярова А.С.	
Комунікативна компетентність менеджера як запорука його ефективної діяльності	557
Скутнєва А.В.	
Інтеграція стратегій управління персоналом в систему антикризового менеджменту закладів охорони здоров'я	559
Стефанишин О.Б.	
Аналіз та розвиток кадрового потенціалу в системі HRM: теоретико методичні аспекти	562
Сумець О.М., Гуріна В. О.	
Менеджмент формування, розвитку та використання трудових ресурсів закладів охорони здоров'я	565
Тарасенко С.І., Єхалова Л.В.	
Конфлікт як організаційна патологія та шляхи оздоровлення організації	567

Терещенко В.С., Сазонова Т.О.

Особливості виникнення конфліктів на підприємстві в сучасних умовах 570

Тюхтенко Н.А.

Активізація трудової діяльності персоналу як стратегія адаптивного менеджменту в умовах сучасних змін 573

Усатенко О.В.,

Емоційний інтелект в роботі HR-менеджерів 576

Хомюк Н.Л., Савчук Ю. О.

Підходи до формування системи мотивації персоналу підприємства 578

Черчик Л.М.

Компетентнісний підхід до управління людськими ресурсами 580

Ющишина Л.О.

Психологічні аспекти міжкультурної взаємодії 582

Ярмола Р.В., Сидоренко О.В.

Впровадження досвіду японської системи управління персоналом на українських підприємствах 584

Яцюк М.М., Кужда Т.І.

Інноваційні підходи до управління персоналом в контексті сталого економічного розвитку 587

продовольчих ринках, захищаючи таким чином національні інтереси держави та підтримуючи продовольчу безпеку її співгромадян.

Список використаних джерел:

1. Ковшова І.О. *Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія*. Київ: Вид-во «ФОР Вишемирський В.С.», 2018. 516 с.
2. Скриньковський Р.М. *Маркетингове забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка*. 2014. № 11. С. 1-7. URL: https://economy.nauka.com.ua/3567_2014_11.
3. Куценко В.М. *Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник*. Київ: МАУП, 2003. 184 с.
4. Мельничук О.І. *Теоретичні основи маркетингової діяльності аграрних підприємств. Аграрний вісник Причорномор'я. Економічні науки*. 2013. № 69. С. 45-51.
5. Курбацька Л.М., Ільченко Т.В., Кадирус І.Г., Захарченко Ю.В. *Маркетингове забезпечення діяльності аграрних підприємств в умовах ринкового середовища. Агросвіт*. 2013. № 10. С. 25-31.
6. Макарова В.В., Таранченко В.В., Ткаченко А.В. *Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств та їх експортного потенціалу. Академічні візії. Вип.39*. 2025. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1613>

УДК 331.108

Терпіль Д. Ю.,

здобувач вищої освіти,

науковий керівник: Ющишина Л. О.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЯКІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У сучасних умовах швидкоплинного зовнішнього середовища якість ухвалення управлінських рішень є основним чинником ефективного стратегічного управління. Від якості ухвалених рішень залежить втілення довгострокових цілей, виконання планів дій та успішність розвитку організації. Стратегічне управління передбачає стійкість довготривалих результатів, стабільність конкурентних позицій, швидкі та результативні реакції на зміни у зовнішньому середовищі [1]. Тому, керівники повинні володіти не лише

теоретичними знаннями, а й практичними навичками та багаторічним досвідом, щоб підприємство залишалося успішним впродовж багатьох років.

Якісний процес ухвалення управлінських рішень, що нерозривно пов'язаний із стратегічним розвитком підприємства, має відбуватися у декілька етапів [1–3]:

1. Виявлення та аналіз проблеми. На цьому етапі необхідно знайти проблему, що виникла, визначити роль, значення та можливі майбутні наслідки, встановити обмеження впливу на подальші рішення, а також визначити критерії, за якими буде оцінюватися успішність її вирішення.

2. Формулювання цілей. Під час ухвалення управлінських рішень важливо враховувати стратегічні цілі підприємства. Зазвичай, менеджери використовують метод «Дерево цілей». Після чіткого формулювання, визначаються фактори, механізми та ресурси, які впливають на досягнення цих цілей. Важливо проаналізувати внутрішні можливості підприємства та зовнішні умови, що дозволяють розробити ефективні стратегії та плани дій для їх досягнення.

3. Генерація альтернативних рішень. Цей етап охоплює систематичний та ретельний пошук різних способів вирішення виявленої проблеми з урахуванням стратегічних цілей організації. Для цього застосовуються різноманітні методи: колективні, інверсії, аналогії, мозковий штурм, Дельфі, синтетики. Ретельне вивчення альтернативних варіантів надає керівникам змогу обирати найдієвіше рішення для успішного досягнення поставлених цілей. При цьому враховуються всі можливі варіанти розвитку подій, а також їх передбачувані результати.

4. Вибір альтернативного варіанту. На цьому етапі керівник обирає найкращий із запропонованих варіантів, та ухвалює.

5. Оцінка та аналіз. Після впровадження управлінського рішення важливо оцінити його ефективність та вплив на організацію. Регулярна та систематична оцінка результатів управлінських рішень сприяє постійному вдосконаленню управлінських практик та підвищенню загальної ефективності організації.

Кожен з цих етапів вимагає ретельного аналізу та обдуманого підходу. Щоб отримати якісний результат потрібно обрати найкращий альтернативний варіант та врахувати, що процес ухвалення управлінських рішень є циклічним. Адже, отримані результати та висновки стають основою для виявлення нових проблем чи можливостей.

Для того, щоб здійснювати ефективне стратегічне управління підприємством необхідно розробляти та втілювати плани, що включають в себе процес ухвалення рішень щодо розподілу ресурсів та адаптації підприємства до навколишнього середовища. Планування передбачає системний підхід до ухвалення управлінських рішень, який включає в себе ретельний аналіз умов, в

яких працює підприємство, чітке визначення стратегічних цілей, планування конкретних методів їх досягнення та постійний моніторинг результатів для забезпечення бажаного результату.

Отже, якісний процес ухвалення управлінських рішень є основою для ефективного стратегічного управління підприємством. Він забезпечує адаптацію до постійних змін та сприяє досягненню цілей, розрахованих на успіх. Ефективне планування, будучи невід'ємною складовою цього процесу, дозволяє найкращим чином розподіляти ресурси та узгоджувати управлінські функції. Водночас, кваліфіковане ухвалення рішень є запорукою сталого розвитку та конкурентної здатності підприємства на ринку.

Список використаних джерел

1. Перерва І. О., Єдинак В. Ю. Стратегічне управління підприємством як основний інструмент в руках сучасного керівника. *Innovation and Sustainability*. 2022. №3. С. 159–164.

2. Петруня Ю. Є., Літовченко Б. В., Пасічник Т. О. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. Дніпро : УМСФ, 2020. 276 с.

3. Кравченко М., Голюк В. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://surl.li/tebizj>

4. Лозовський О., Горишков М. Ефективність управлінських рішень в менеджменті організації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2916>

УДК 330.341:378.11:316.4

Ткаченко І.П.,

кандидат економічних наук, доцент,

Гуляєв В.М.,

доктор технічних наук, професор, ректор,

Сорокіна Л.М.,

кандидат соціологічних наук, доцент,

Дніпровський державний технічний університет

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Умови воєнного стану створили та продовжують формувати безпрецедентні виклики, які спричиняють перепони або унеможливають досягнення ефективності управління вищою освітою, забезпечення безпеки для