

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

студентської наукової конференції
Чернівецького національного
університету
імені Юрія Федьковича

Економіка

11-14 травня 2026 року

Чернівці
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
2026

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича
(Протокол № _ від _ _ 2026 р.)*

Упорядник: д.е.н., проф. Кифяк О.В.

Тези доповідей студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (11-14 травня 2025 року). Напрямок: Економіка. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. 265 с.

До збірника увійшли тези доповідей студентів економічного факультету, підготовлені до щорічної студентської наукової конференції університету.

© Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, 2026

Антипа Валентина
Наукова керівниця – доц. Бойда С. В.

Ситуаційний підхід до управління підприємствами в умовах воєнного стану

Економіка України перебуває в стані критичної невизначеності через війну та руйнацію ринкових механізмів. У таких умовах стандартні стратегії вже не працюють так ефективно, як раніше, тому зростає роль ситуаційного підходу до управління. Рішення залежать від конкретних обставин, а не від універсальних правил. Якщо підприємство не встигає адаптуватися, воно змушене змінювати свою структуру для забезпечення виживання.

Під час війни бізнес стикається зі значними зовнішніми (руйнування інфраструктури, енергетичні перебої, порушення логістики) та внутрішніми (дефіцит кадрів, зниження доходів, зростання витрат на безпеку) викликами. Ситуаційний аналіз спрямований на виявлення «точок розриву», після яких звична діяльність стає неможливою. Від швидкості управлінських рішень при цьому залежить адаптивність підприємства. Важливу роль відіграє стратегічний перехід від жорсткого планування до сценарного управління для реагування на загрози [1, 3].

У цьому контексті ситуаційний підхід реалізується за допомогою чотирьох функціональних блоків:

1. Логістична стійкість – передбачає диверсифікацію та локалізацію операцій через збої у ланцюгах постачання. Практичні заходи включають децентралізацію складів та перехід на альтернативну сировину, що підвищує гнучкість до зовнішніх чинників [1].

2. Сценарне планування – передбачає розробку оптимістичного, реалістичного та песимістичного сценаріїв. Вони активуються залежно від конкретних тригерів: ситуації на фронті, динаміки курсу валют чи стану енергетичної системи.

3. Маркетингова адаптивність – передбачає спрощення продукту та акцент на його соціальній цінності відповідно до

зниження купівельної спроможності. Швидке реагування на ринкові тенденції дозволяє враховувати тимчасовий характер потреб в умовах кризи [3].

4. Децентралізація управління – передбачає надання автономії лінійним менеджерам для оперативного прийняття рішень без погоджень із центром. Це забезпечує швидке реагування на виклики та адаптацію підприємства в реальному часі.

Ситуаційний підхід передбачає управління персоналом через психологічну стійкість та багатофункціональність кадрів для забезпечення безперервності роботи [1].

Наприклад, для збереження кадрів «Київстар» спрямував понад 842 млн грн на допомогу працівникам, зберіг виплати мобілізованим та перевів 77% штату на гібридний режим. Завдяки програмі психологічної підтримки «Парасолька захисту» та бронюванню фахівців компанія не лише уникнула плинності кадрів, а й наростила штат на 5,9% [2].

Впровадження ситуаційного підходу сприяє трансформації викликів, спричинених війною, у потенційні можливості. Завдяки використанню гнучких управлінських механізмів, консолідації командних ресурсів та маркетинговій адаптивності підприємства не лише забезпечують функціонування в умовах невизначеності, а й створюють передумови для довгострокового розвитку. Така стратегічна стійкість виступає ключовим чинником як збереження конкурентних позицій на ринку, так і прискореного відновлення та поступального розвитку національної економіки у післявоєнний період.

Список використаних джерел

1. Артемчук, М.Д.. Адаптивні бізнес-стратегії за умов війни та їхній вплив на економічну стабільність України. *Академічні візії*. 2025. Вип. D
2. Кількість працівників групи «Київстар» у 2025 р. зросла на 5,9%. *Інтерфакс-Україна*. 25.03.2026. URL:

3. Омельчак, Г. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економічний простір*. 2023. № 1

Бабій Нікіта
Наукова керівниця – к.е.н., доцент Гавриш І.І.

ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА МІСТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО ТА ЗРУЧНОГО УРБАНІСТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

На сьогоднішній день міста поступово перестали бути середовищем лише для життя, роботи та відпочинку. З розвитком візуального контенту та культури постійної комунікації із суспільством постало питання про розширення можливостей контакту міської влади із населенням. Водночас актуальним є збереження культурної спадщини міських громад, її популяризація серед туристів та створення ідентичності [1].

В умовах глобалізації міста активно конкурують між собою за комфорт, рівень урбанізованості та привабливості для мешканців. Змагання, зокрема, йдуть за візуальну складову території, адже саме вона є одним із головних формуючих елементів іміджу та розвиненості. Невдалий бренд міста здатен погіршити не тільки комунікацію з містянами, а й умови для інвесторів через складність представлення громади. Візуальний шум, який часто зустрічається на вивісках, оголошеннях чи банерах створює хаотичний простір, через що мешканці або туристи губляться та не сприймають більшість повідомлень [2].

Задача, яка стоїть перед міською айдендиком – це створити комфортне, цілісне та зрозуміле середовище у якому насамперед зручно жити та орієнтуватися. Важливо зберігати загальну естетику, яка буде не просто використовувати елементи архітектури, а осучаснювати їх для майбутнього розвитку [3].

Основними елементами, що використовуються для створення айдентики міста є:

- логотип – основний символ, який поєднує та впорядковує усі елементи дизайну та передає основну ідею дизайн-коду;
 - типографіка – розробка нового або адаптація старого шрифту, який підкреслює характер міста та використовується на усіх інших елементах айдентики;
-

- кольорова палітра – основна гама кольорів, що формується на основі природи міста або архітектури;
- міська навігація – таблички з назвами вулиць, покажчики, карти з історичним центром, які полегшують орієнтування в місті;
- загальні правила оформлення вивісок, фасадів та навігації для підприємців.

Загалом, візуальна айдентика міста – це не просто окремий елемент, який існує лише для естетичного вигляду. Це складна система з багатьма елементами, які є важливими для формування сучасного та зручного простору. Мешканці, які помічають їх, почуваються більш комфортно та стають ініціативними учасниками життя громади через налагоджений зв'язок на основі візуальної комунікації. Туристи можуть зручно орієнтуватися й адаптуватися до міського простору, а впорядкований вигляд може стимулювати повторне відвідування. Інвестори ж мають можливість краще зрозуміти простір, у який вони спрямовують кошти, що призводить до підвищення інвестиційної активності. Айдентика здатна зберігати унікальність міста в умовах глобальної однорідності культурного простору. Саме впровадження різних елементів культурної спадщини та локальних символів створює емоційний зв'язок між територією та мешканцями, які на ній живуть, отже, дизайн-система є необхідною умовою сталого розвитку та вдосконалення громади.

Список використаних джерел

1. Liu, Q., Shmelova-Nesterenko, O. The role of design objects in creating the visual identity of a city based on the cultural heritage of China. *Art and Design*. 2023. № 4(24). С. 45–54. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.4>
 2. Миронова, В. Бренд міста: хто і навіщо над цим працює. Гвара Медіа. 2020. URL: <https://gwaramedia.com/brend-mista-hto-i-navishho-nad-czim-praczuie/>
 3. Яковлева, О. Як брендинг та айдентика впливають на розвиток міста – пояснює експерт. Суспільне Запоріжжя. 2020. URL: <https://suspilne.media/zaporizhzhia/56774-ak-brending-ta-ajdentika-vplivaut-na-rozvitok-mista-poasnue-ekspert/>
-

Бабух Юрій

Наукова керівниця – доц. Бабух І.Б.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН

Сучасний етап розвитку економічної науки характеризується необхідністю глибокого переосмислення її методологічних основ у зв'язку зі зростанням складності соціально-економічних процесів, появою нових явищ і глобальними трансформаціями. У цьому контексті методологія економічної науки виступає як її філософське підґрунтя, що забезпечує цілісність наукового пізнання, формує систему принципів, підходів і методів дослідження, а також сприяє подоланню фрагментарності економічного знання.

Еволюція економічної науки супроводжується зміною наукових парадигм, що проявляється у переході від традиційних позитивістських підходів до більш комплексних, міждисциплінарних і гуманістичних методів дослідження. Це зумовлено тим, що сучасні економічні процеси неможливо повною мірою пояснити в межах окремих наукових дисциплін без урахування соціальних, культурних, політичних та морально-етичних чинників. Відтак економіка розглядається не як ізольована сфера, а як невід'ємна складова суспільної системи, що функціонує у взаємозв'язку з іншими її елементами. У центрі сучасної економічної методології перебуває людина як головний суб'єкт економічних відносин. Це зумовлює формування антропоцентричної парадигми, в межах якої досліджується не лише економічна поведінка індивіда, але й його соціальні, психологічні та морально-етичні характеристики [1]. Такий підхід дозволяє глибше зрозуміти природу економічних процесів і враховувати їхню соціальну зумовленість.

Важливим аспектом сучасної методології є також еволюція економічних ресурсів, у ході якої зростає значення знань, інформації, інтелектуального потенціалу та морально-етичних

якостей людини. Це свідчить про перехід до економіки знань, де саме нематеріальні ресурси відіграють визначальну роль у забезпеченні розвитку. Водночас методологія економічної науки набуває багаторівневого характеру, охоплюючи гносеологічний, світоглядний, науково-методологічний та інші рівні.

У сучасних умовах особливого значення набувають системний і синергетичний підходи, які дозволяють враховувати складність, динамічність і нелінійність соціально-економічних процесів, а також взаємодію різних елементів економічної системи. Їх застосування сприяє більш адекватному відображенню реальних процесів та підвищує ефективність наукового аналізу.

Сучасні виклики, зокрема глобалізація, цифровізація та посилення безпекових загроз, ще більше актуалізують потребу в оновленні методологічного інструментарію економічної науки. У цих умовах зростає значення адаптивних підходів до дослідження економічних систем, здатних враховувати швидкі зміни зовнішнього середовища та невизначеність розвитку. Важливу роль відіграє також інтеграція інноваційних методів аналізу, що поєднують кількісні й якісні підходи, а також використання цифрових технологій і великих даних. Це створює підґрунтя для підвищення точності наукових досліджень, формування обґрунтованих управлінських рішень та забезпечення стійкого розвитку економічних систем у довгостроковій перспективі.

Отже, сучасна методологія економічної науки формується як інтегрована система знань, що поєднує економічні, соціальні та філософські підходи, і орієнтується на людину як центральний елемент економічної системи. Це створює передумови для формування нової наукової парадигми, здатної забезпечити адекватне осмислення сучасних трансформацій та подальший розвиток економічної теорії і практики.

Список використаних джерел

1. Нікіфоров, П. О., Бабух, І. Б. Нова економічна методологія : антропоцентричний підхід в аналізі соціально-економічних змін. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2025. № 2. Том 4. Вип. 2. С. 90-99.
-

Біла Марта
Науковий керівник – доц. Ткач Є.В.

БАГАТІ, АЛЕ НЕДООЦІНЕНІ: ЯК УКРАЇНІ ПЕРЕТВОРИТИ РЕСУРСИ НА РЕАЛЬНЕ БАГАТСТВО

Україна є об'єктивно багатою державою, що володіє значним національним потенціалом. Родючі ґрунти, вигідне географічне положення, поклади корисних копалин, лісові ресурси та потужний людський капітал формують основу її економічного розвитку. Однак сучасна економічна модель не повною мірою відображає ці переваги. Проблема полягає не у відсутності ресурсів, а у недостатньо ефективному їх використанні, що стримує розвиток держави та знижує рівень добробуту населення.

Однією з ключових ознак такої неефективності є збереження сировинної орієнтації економіки. Значна частина ресурсів експортується без переробки, що веде до втрати потенційної доданої вартості. Такий підхід уповільнює економічне зростання й обмежує можливості для створення робочих місць і розвитку внутрішнього виробництва.

Показовим прикладом є деревообробна галузь. Україна має значні лісові ресурси (10 млн га, близько 16% площі України), які можуть слугувати основою для розвитку потужної переробної промисловості. Проте тривалий час деревина експортувалася у вигляді необробленої сировини за відносно низькими цінами. У такому випадку країна втрачає більшу частину потенційного доходу, що стало підставою для державного втручання: запровадження обмежень на експорт необробленої деревини (зокрема через нульові квоти) має на меті переорієнтацію ресурсів на внутрішню переробку, підвищення доданої вартості та зміцнення національної економіки [1]. Водночас деревина є ресурсом, який має значний потенціал для створення доданої вартості всередині країни. За оцінками експертів, рівень доданої вартості при переробці може зростати у 4-6 разів порівняно з

продажем сировини [2]. Тобто один і той самий ресурс може приносити державі принципово різний економічний результат.

Загалом розвиток переробної промисловості має мультиплікативний ефект для економіки: створюються нові робочі місця, зростають податкові надходження до бюджету, формується внутрішній ринок якісної продукції, з'являються можливості для розвитку експорту готових товарів, які мають значно вищу конкурентоспроможність.

Разом із тим, розвиток переробної галузі стримується недостатнім рівнем інвестицій, технологічною відсталістю частини підприємств, логістичними проблемами та дефіцитом кваліфікованих кадрів. Це свідчить про необхідність системного підходу до економічної політики, який має поєднувати підтримку бізнесу, стимулювання інновацій та розвиток інфраструктури.

Отже, ефективне використання національного багатства є ключовою умовою економічного розвитку України. Приклад деревообробної галузі наочно демонструє, що перехід від експорту сировини до виробництва готової продукції дозволяє значно підвищити економічну ефективність, зміцнити внутрішній ринок та покращити добробут населення. Україна має всі передумови для того, щоб реалізувати свій потенціал як країна-виробник, а не постачальник ресурсів. У цьому контексті особливого значення набуває розвиток підприємницького мислення та інноваційного підходу до використання наявних ресурсів. Саме здатність не лише володіти багатством, а й ефективно його примножувати визначає рівень економічної зрілості держави та її місце у світовій економіці.

Список використаних джерел

крінформ. (2025). Обмеження на експорт деревини та металобрухту
п
ррховна Рада України. (2023). Переробка аграрної сировини в Україні
дозволить у 4–6 разів збільшити додану вартість кінцевої продукції.
Офіційний портал Верховної Ради України. URL:

о
в
ж
е
н
о

Білак Андрій

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

д
о

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У сучасній економіці, що характеризується високим ступенем невизначеності та швидкою зміною технологічних укладів, традиційні моделі розвитку підприємств втрачають свою ефективність. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання визначається не обсягом наявних ресурсів, а насамперед здатністю до постійної інноваційної трансформації. Формування інноваційно-орієнтованої моделі розвитку стає стратегічною необхідністю, яка дозволяє сучасним підприємствам не тільки адаптуватися до викликів середовища, а й активно впливати на ринкову кон'юнктуру, створюючи нові ніші та споживчі цінності.

Інноваційно-орієнтована модель розвитку підприємства – це системна сукупність взаємопов'язаних елементів (ресурсів, процесів, інструментів управління), спрямованих на безперервне генерування, впровадження та комерціалізацію інновацій [1].

Процес формування моделі інноваційно-орієнтованої моделі розвитку підприємств містить декілька функціональних блоків:

1. Інституційно-організаційний блок: створення гнучкої структури управління підприємства, здатної підтримувати креативні ініціативи та мінімізувати бюрократичні бар'єри.
2. Ресурсний блок: інтеграція матеріальних, фінансових та інтелектуальних активів для підтримки науково-дослідних проєктів.
3. Технологічний блок: впровадження передових виробничих та інформаційних технологій (Industry 4.0, III, хмарні обчислення).
4. Моніторингово-аналітичний блок: постійна оцінка конкурентного середовища та внутрішньої ефективності інноваційних процесів [2, с. 139].

Механізмами реалізації інноваційно-орієнтованої моделі розвитку підприємств в умовах конкуренції є впровадження концепції відкритих інновацій через активну співпрацю з

університетами та науковими центрами для залучення зовнішніх ідей, комплексна цифровізація бізнес-процесів на базі ERP- та CRM-систем для синхронізації внутрішніх ресурсів із потребами клієнтів, систематичне застосування бенчмаркінгу для адаптації кращих світових практик управління [3, с. 43-44].

Кінцевою метою формування інноваційно-орієнтованої моделі є досягнення стійких конкурентних переваг, що проявляється через оптимізацію витрат завдяки впровадженню ресурсозберігаючих технологій, підвищення лояльності споживачів шляхом пропозиції унікальних продуктів, збільшення ринкової вартості компанії за рахунок зростання нематеріальних активів, а також зміцнення іміджу підприємства як визнаного технологічного лідера [1; 3, с. 44].

Таким чином, інноваційно-орієнтована модель розвитку є стратегічним напрямом для підприємств у сучасному конкурентному середовищі. Її формування потребує комплексного підходу, що охоплює кадрові, фінансові, технологічні та організаційні аспекти. Успіх залежить від здатності підприємства інтегрувати інновації у свою діяльність та створювати довгострокові конкурентні переваги

Список використаних джерел

1. Космідайло, І. Б., Ткач, О. А. Методологічні основи функціонування інноваційно-орієнтованих підприємств на основі розвитку. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: Економіка та управління*. 2025. № 18. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-18-04-06>
2. Московець, Д. Формування інноваційних стратегій розвитку вітчизняного бізнесу в умовах цифровізації. *Development Service Industry Management*. 2025. №2. С. 135-141. URL: <https://dsim.khmnu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/371>
3. Dubyna, M., Verbivska, L., Shyshkina, O., Los, O., Fediai, Y. Innovative Development and Investment Advancement of Industrial Enterprises in Deriving Conditions of Digital Economy. *Pacific Business Review (International)*. 2024. Volume 17. Issue 4. P.40-49. URL: http://www.pbr.co.in/2024/2024_month/October/4.pdf

Бнятова Анна

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

ЯК ВИЖИВАТИ ПЕНСІОНЕРАМ У НИНІШНІХ РЕАЛІЯХ?

Пенсія – це щомісячна пенсійна виплата в солідарній системі загальнообов’язкового державного пенсійного страхування, яку отримує застрахована особа в разі досягнення нею, передбаченого Законом України від 09.07.2003 року №1058 “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування” пенсійного віку чи визнання її особою з інвалідністю, або отримують члени її сім’ї у випадках, визначених цим Законом [1].

Сьогодні однією з найбільш вразливих категорій українців є пенсіонери. Це люди, які все своє життя працювали, робили внесок у розвиток економіки держави та зараз мають право на оплачуваний відпочинок. Але, на жаль, в реальності це не так.

Станом на початок липня 2025 в Україні налічувалося 10 259 722 пенсіонери. Більше половини українців на заслуженому відпочинку отримують менше ніж 5 тисяч гривень, а понад 10 тисяч отримують майже 15%. За даними Пенсійного фонду України, станом на 1 липня розмір пенсій розподіляється: до 3000 гривень – 3,7% або 380 611 осіб; 3001 – 4000 грн – 32% або 3 277 946 осіб; 4001 – 5000 грн – 20,5% або 2 101 408 осіб; 5001 – 10000 грн – 29% або 2 980 310 осіб; понад 10000 гривень – 14,8% або 1 519 447 осіб [2].

Аналізуючи дані, близько 56,2% пенсіонерів мають пенсію менше 5000 грн. Але в той же час прожитковий мінімум для осіб, що втратили працездатність, становить 2361 грн. Тож більшість пенсіонерів не живе, а виживає... Пенсій не вистачає на якісні продукти харчування, необхідні ліки та навіть на комунальні послуги.

Через нестачу грошей пенсіонери стикаються з обманом та байдужістю. Зараз існує багато шахрайських схем, через які у літніх людей виманюють гроші. Шахраї представляються працівниками банку або соціальних служб, і переконують, що пенсіонер має негайно перерахувати свої заощадження на їхній рахунок, в результаті літня людина залишається розчарованою та

недовірливою до інших. Також шахраї дзвонять пенсіонерам під виглядом працівників СБУ й вимагають гроші. У березні поліція затримала групу, яка ошукала киян на 9 млн грн. Злочинці лякають людей вигаданим кримінальним провадженням через купівлю ліків в інтернеті – нібито препарати мали російське походження, а покупці таким чином «фінансували війну росії проти України» [3].

В Україні вже сьогодні проводяться певні заходи для збільшення виплат та покращення життя пенсіонерів: було проведено індексацію пенсій, тобто підняття пенсії, зважаючи на зростання цін (інфляцію) або середньої заробітної плати, також - запроваджено вікові надбавки для підтримки літніх людей, соціальна допомога для малозабезпечених людей, елементи накопичувальної пенсійної системи. Але поки що цього недостатньо.

Отже, наразі життя пенсіонерів є складним через низькі пенсії та байдужість суспільства. Тому потрібно вживати різні заходи: проводити регулярну індексацію, впроваджувати систему накопичувальних пенсій, забезпечувати соціальний захист та проводити зустрічі про ознайомлення з шахрайством. Лише завдяки таким реформам життя пенсіонерів покращиться, вони зможуть жити гідно та будуть впевнені у своєму майбутньому.

Список використаних джерел

1. Закон України від 09.07.2003 року №1058 “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12#Text>.

2. Горбачова, А. Менше 15% пенсіонерів: скільки українців

о

т

р

и 3. Дубчак, Є. Шахраї під виглядом СБУ ошукали київських пенсіонерів на 9 млн грн. URL: https://kyiv.news/suspilstvo-podii/kyiv-shakhrai-liky-sbu-pensionery/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 21.03.2026 р.).

т

ь

Богдан Лілія

Наукова керівниця – асист. Ковальчук Н.О.

1

0

т

и

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Економіка України потерпає від збройної агресії, інфляції та зупинки руху постачання товарів. Забезпечення фінансової стійкості у 2024-2025 роках стало ключовим чинником виживання бізнесу. За даними НБУ [1], після макроекономічного шоку 2022 р. (спад ВВП на 29,1%), у 2023 р. підприємства певною мірою покращили фінансові показники. Системні загрози залишаються високими, проте простежується нормалізація. Через скорочення доходів та порушення обчислень утруднився загальний фінансовий порядок.

Базисом виживання підприємств є оптимальна структура капіталу – співмірність власних та залучених коштів. В умовах дороговизни позикових коштів саме власний капітал є головним буфером безпеки. Для рівноваги його частка у пасивах має переважати 50-60%, що дає змогу зберігати самостійність від кредиторів і скорочувати ризики краху. Утворення такого запасу стійкості відбувається здебільшого за рахунок нерозподіленого прибутку минулих періодів та суворої економії. Використання ж позикового капіталу доречне здебільшого в рамках пільгового державного кредитування.

Аналіз фактичної структури капіталу підприємств України показує значне відхилення від оптимальних значень. За даними Державної служби статистики України [2], питома вага власного капіталу у підсумку балансу вітчизняних підприємств має чітку динаміку до спаду. У 2021 році власний капітал в загальній структурі пасивів становив 46,4% (1023,6 млрд грн власного капіталу при балансі 2206,7 млрд грн). У 2022 році цей показник скоротився до 44,1%. У 2023 році простежувалася зміна до рівня 45,3%, проте на завершення 2024 року питома вага впала до 41,1% (1183,7 млрд. грн. власного капіталу при підсумку балансу 2879,9 млрд. грн). Тобто реальний рівень фінансової незалежності є значно меншим за мінімально схвалений норматив у 50%. Ця несприятлива динаміка супроводжується

збільшенням боргового тягаря: поточні зобов'язання підвищилися з 858,8 млрд грн у 2021 році до 1146,7 млрд грн у 2024 році, а довгострокові зобов'язання – з 324,1 млрд грн до 549,1 млрд грн.

Вирішальними факторами впливу на стійкість у 2025 році є: енергетична безпека (праця під час браку електроенергії), логістична модифікація (оновлені експортні коридори) та нестача кадрів. Мобілізація і міграція змушують бізнес підіймати фонд оплати праці та вкладати в автоматизацію процесів. Суттєвою задачею також є утримання провідних фахівців через збільшення соціальних гарантій та формування безпечних умов праці.

Для підвищення рівня фінансової стійкості варто впровадити такі стратегічні заходи: модернізація структури капіталу через збільшення повного інвестування прибутків для наближення частки власних коштів до показника у 50-60%; реструктуризація кредиторської заборгованості (перенесення короткострокових боргів у довгострокові); формування резервних фондів на 3-6 місяців операційних витрат; жорсткий контроль розрахунків із дебіторами. Важливим є застосування систем регулярного моніторингу грошових потоків для запобігання касових розривів, а також замороження малоефективних планів на користь інвестицій в енергоефективність.

Отже, фінансова стійкість в умовах війни – це баланс між примноженням власного капіталу, скороченням зовнішніх запозичень та гнучкістю витрат. Виживають підприємства, які невідкладно підлаштовують фінансову концепцію до поточних труднощів. Цей проактивний підхід утворює міцну базу не лише для стійкої роботи сьогодні, а й для ефективного відновлення у повоєнний період.

Список використаних джерел

1. Національний банк України. Звіт про фінансову стабільність. Грудень 2023. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2023-H2.pdf (дата звернення: 30.03.2025).
2. Державна служба статистики України. Офіційний вебсайт. URL: <https://survey.stat.gov.ua> (дата звернення: 30.03.2025).

Бойчук Вадим

Науковий керівник – проф. Кифяк О.В.

РОЗРОБКА ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах цифровізації економіки електронний маркетинг виступає одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Інтенсивний розвиток інтернет-технологій та електронної комерції суттєво трансформує підходи до взаємодії зі споживачами, що зумовлює об'єктивну необхідність системного вдосконалення маркетингової діяльності в онлайн-середовищі [1; 2]. Водночас цифрова трансформація бізнес-процесів актуалізує питання інтеграції маркетингових інструментів у єдину стратегічну систему управління підприємством.

Актуальність дослідження даного напрямку полягає у необхідності підвищення ефективності електронного маркетингу підприємств в умовах посилення конкурентного тиску та динамічності ринкового середовища. Недостатній рівень використання цифрових інструментів, відсутність комплексного підходу та низький ступінь персоналізації комунікацій істотно знижують результативність маркетингової діяльності та обмежують можливості формування конкурентних переваг.

Результати дослідження засвідчили, що ефективність електронного маркетингу значною мірою залежить від інтегрованого використання таких інструментів, як SEO, контекстна реклама, соціальні мережі та email-маркетинг [3; 4]. Застосування сучасних систем вебаналітики забезпечує можливість комплексного моніторингу поведінки користувачів, що сприяє підвищенню обґрунтованості управлінських рішень та оптимізації маркетингових стратегій [5].

Можна стверджувати, що персоналізація комунікацій чинить суттєвий вплив на рівень конверсії, оскільки дозволяє формувати індивідуалізовані пропозиції відповідно до потреб, поведінкових характеристик і очікувань споживачів [6].

Важливого значення набуває також впровадження автоматизації маркетингових процесів, що забезпечує підвищення операційної ефективності, зниження витрат та оптимальний розподіл ресурсів підприємства.

За результатами проведеного дослідження визначено доцільність застосування омніканального підходу, який передбачає узгоджену та безперервну взаємодію з клієнтом через різні канали комунікації, формуючи цілісний та узгоджений клієнтський досвід. Такий підхід сприяє підвищенню рівня задоволеності та лояльності споживачів, а також стимулює зростання обсягів реалізації продукції та послуг.

У сучасних умовах спостерігається об'єктивна потреба у формуванні комплексного підходу до вдосконалення діджитал-маркетингу на засадах інтеграції цифрових інструментів, персоналізації комунікацій та аналітичної підтримки прийняття рішень. Системне використання даних і сучасних технологій обробки інформації створює передумови для більш точного прогнозування поведінки споживачів і адаптації маркетингових стратегій.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що ключовими чинниками підвищення результативності електронного маркетингу є інтегрованість інструментів, орієнтація на дані, високий рівень персоналізації та впровадження омніканальних стратегій. Саме їх комплексне застосування забезпечує зміцнення конкурентних позицій підприємства та його стійкий розвиток в умовах цифровізації економіки.

Список використаних джерел

1. Котлер, Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К., 2018.
2. Chaffey, D. Digital Marketing. Pearson, 2022.
3. Чухрай, Н.І. Маркетинг: навчальний посібник. Львів, 2020.
4. Strauss, J., Frost, R. E-marketing. Pearson Education, 2016.
5. Ryan, D. Understanding Digital Marketing. Kogan Page, 2020.
6. Kingsnorth, S. Digital Marketing Strategy. Kogan Page, 2022.

Босовик Світлана

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У СФЕРІ ФІНАНСІВ

У сучасних умовах усі сфери економіки піддаються діджиталізації, традиційні підходи до фінансового управління трансформуються з використанням новітніх технологій. Основними програмами, які часто практично застосовуються, є: Big Data, BAS, M.E.Doc та інші.

Актуальність цифровізації для України зростає на тлі необхідності пошуку шляхів подолання кризи, що зумовлена воєнними діями на території держави [1]. Крім того, діджиталізація значно полегшує роботу у сфері фінансів, та з виникненням товарно-грошових відносин з'являється потреба реєструвати майно та записувати. Однак на даний час підприємства та бізнеси настільки розвиваються, що занотовувати в книгах нераціонально.

Перспектива цифровізації полягає в нових можливостях для контролю та управління ризиками, що значно підвищить прозорість фінансових операцій. Зараз із легкістю за допомогою державного вебпорталу для громадян можна переглянути основні операції з використанням державних коштів, що підвищує рівень довіри громадян. Наприклад, країни Європейського Союзу активно впроваджують принципи прозорості в державному управлінні через цифрові платформи, які дозволяють отримати доступ до фінансової звітності в реальному часі [2].

Якщо розглядати цифрові технології міжнародного фінансового ринку, то найбільш значущими є технології розподіленого реєстру, токенізація та створення криптовалют як напрямку децентралізованих фінансів [3]. Цифровізація фінансової галузі стала каталізатором у глобальних фінансових інститутах, особливо інновації у сфері FinTech, які мають значний вплив на фінансову інклюзію. Адже зараз більша частина населення може отримати різноманітні фінансові та банківські послуги через інтернет, а PayPal та Square забезпечують миттєві транзакції в будь-якій частині світу.

Хорошою перспективою є підвищення інклюзії: широка верства населення отримала доступ до фінансових послуг, і це все сприяє розвитку фінансової грамотності. Отримання соціальних виплат, здійснення платежів, відкриття рахунків стали легшими завдяки цифровізації. Сучасні платформи дозволяють фінансовим установам працювати ефективніше, в результаті послуги доступніші і часто дешевші.

За даними дослідження Research & Markets, ринок автоматизації бізнес-процесів зріс з 9,8 млрд доларів у 2020 році до 16,77 млрд у 2024 році, а до 2030 року очікується зростання до 39,62 млрд доларів. Ці цифри свідчать про те, що автоматизація стала невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу [2].

Проте часто при сучасних інноваціях виникають і виклики, які загрожують розвитку і функціонуванню систем. Основними загрозами зараз є хакерські атаки, фішинг, шахрайські операції, що потребують значних інвестицій у системи захисту інформації, зокрема у багатофакторну аутентифікацію й шифрування даних. Крім того, важливою проблемою є необізнаність населення з методами захисту даних.

Отже, перспективи діджиталізації фінансів є важливим чинником підвищення ефективності діяльності підприємств, тому системи потребуватимуть належної підготовки персоналу із новими компетенціями та навичками задля успішної роботи.

Список використаних джерел

ифровізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності. URL:

авіщо бізнесу автоматизація процесів. URL:

ннаваційні механізми, інструменти та функції управління персоналом в умовах діджиталізації процесів / М. Лищенко, К. Прокопенко. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2025. № 3 (103). С. 53–57. URL:

Буртин Богдана
Наукова керівниця – проф. Зибарева О.В.

РОЛЬ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ У РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ

Венчурний капітал відіграє ключову роль у розвитку стартапів, здійснюючи багатогранний вплив на їх становлення та зростання. Основними напрямками впливу венчурного капіталу є, передусім, фінансування ранніх стадій розвитку стартапів, коли доступ до традиційних джерел капіталу є обмеженим або взагалі відсутнім. Інвестори забезпечують ресурси для розробки продукту, тестування бізнес-моделі та масштабування діяльності. Окрім фінансування, важливим напрямом є менторська підтримка та експертиза: венчурні інвестори часто мають значний досвід у розвитку бізнесу, що дозволяє стартапам уникати типових помилок та ефективніше будувати стратегію. Також вагому роль відіграє доступ до мережі контактів – інвестори допомагають встановлювати зв'язки з партнерами, клієнтами та іншими інвесторами. Не менш важливим є вплив на корпоративне управління, адже венчурні фонди часто беруть участь у формуванні управлінських структур.

Серед основних переваг венчурного капіталу слід виділити можливість швидкого масштабування стартапів, доступ до значних фінансових ресурсів, підвищення довіри до компанії з боку ринку та інших інвесторів, а також сприяння виходу на міжнародні ринки. Венчурний капітал дозволяє стартапам зосередитися на інноваціях та розвитку продукту. Водночас існують і певні ризики, серед яких – втрата частини контролю над компанією, оскільки інвестори зазвичай отримують частку в бізнесі та право впливу на стратегічні рішення. Крім того, стартапи можуть зазнавати тиску щодо швидкого зростання і досягнення високих фінансових показників, що не завжди відповідає довгостроковим цілям компанії.

Сучасні тенденції розвитку венчурного капіталу свідчать про зростання його ролі у фінансуванні технологічних стартапів, особливо у сферах штучного інтелекту, фінтеху, біотехнологій та екологічних інновацій [1]. Водночас спостерігається підвищення

уваги до принципів сталого розвитку, що впливає на інвестиційні рішення. Зростає роль корпоративних венчурних фондів, які створюються великими компаніями для підтримки інновацій, а також активізується розвиток стартап-екосистем у Європі та інших регіонах світу, хоча провідну роль продовжують відігравати США, де закумульовано 70% усіх світових венчурних інвестицій [2]. Окрім цього, зростає конкуренція між інвесторами, що створює більш сприятливі умови для стартапів у залученні фінансування.

Практичні приклади підтверджують значущість венчурного капіталу у розвитку глобальних компаній. Зокрема, такі відомі компанії, як Uber, Airbnb та Facebook, на ранніх етапах отримали венчурні інвестиції, що дозволило їм масштабувати бізнес, вийти на міжнародні ринки та стати лідерами у своїх галузях. Серед українських стартапів, що у 2024 році найбільше залучили венчурних інвестицій, варто назвати Creatio (200 млн дол.), Fintech Farm (32 млн дол.), Carmoola (19 млн дол.) [3].

Отже, венчурний капітал є важливим інструментом розвитку стартапів, який забезпечує не лише фінансові ресурси, але й стратегічну підтримку, доступ до знань і ринків. Його вплив сприяє прискоренню інноваційних процесів, формуванню конкурентоспроможної економіки, її інтеграції у світові інноваційні процеси.

Список використаних джерел

Global VC investment holds steady in Q2'25 amid AI surge - with some regional divergence, according to KPMG's Venture Pulse / KPMG Private Enterprise. URL:

<https://kpmg.com/xx/en/media/press-releases/2025/07/global-vc-investment-holds-steady-in-q2-25-amid-ai-surge.html>

2. Venture Pulse Q2'25 - Global trends / KPMG Private Enterprise. URL: <https://kpmg.com/xx/en/insights/2025/09/q2-25-venture-pulse-report-global-trends.html>

D
i
g
i
t
a
l

Бучко Ігор

Наукова керівниця - асист. Ковальчук Н.О.

T
i

ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Умови війни спричинили суттєві зміни у фінансових результатах підприємств України, що актуалізувало питання не лише формування прибутку, а й ефективного управління ним. На відміну від стабільних економічних періодів, у кризових умовах основним завданням стає не максимізація прибутку, а його відновлення, стабілізація та розподіл між різними рівнями бізнесу з урахуванням ризиків і обмежень. Це вимагає перегляду управлінських підходів та посилення адаптивності підприємств.

Дані щодо чистого фінансового результату підприємств України свідчать про глибокий кризовий спад у 2022 році та поступове відновлення у 2023–2024 роках. У 2022 році загальний показник був від’ємним (-276277,7 млн грн), що відображає різке погіршення фінансового стану бізнесу внаслідок воєнних дій та порушення економічних процесів.

Найбільших втрат зазнали великі підприємства (-126804,6 млн грн) та середні підприємства (-56358,7 млн грн), тоді як малий бізнес також був у значному мінусі (-93114,4 млн грн), що свідчить про системний характер кризи.

У 2023 році спостерігається часткове відновлення фінансових результатів до 427672,6 млн грн, причому найбільш динамічно відновлюються середні підприємства (прибуток склав 237805,4 млн грн), що пояснюється їх більшою гнучкістю порівняно з великим бізнесом. Великі підприємства також демонструють позитивну динаміку (прибуток становив 202311,9 млн грн), тоді як малий бізнес ще залишається нестабільним (збиток в сумі 12444,7 млн грн).

У 2024 році відновлення посилюється: загальний фінансовий результат досягає 665011,1. Важливо, що всі групи підприємств виходять на позитивну траєкторію, включно з малими підприємствами (прибуток склав 108029,2), що свідчить про поступову адаптацію економіки до умов війни.

У сучасних умовах управління прибутком переслідує

наступні завдання:

- стабілізація фінансових результатів. Першочерговим є недопущення критичних збитків та забезпечення переходу від негативних до позитивних фінансових результатів;

- управління прибутком у розрізі розміру підприємств. Управління прибутком має враховувати різну стійкість бізнесу: великі підприємства більш залежні від зовнішніх шоків, середні демонструють швидшу адаптацію, а малі – найбільш вразливі, але у 2024 році також виходять у позитивну зону. Це потребує диференційованих управлінських рішень;

- відновлення прибутковості операційної діяльності. Основна увага спрямовується на відновлення регулярних доходів через адаптацію виробництва, збереження клієнтської бази та відновлення ринкових позицій.

- підвищення керованості фінансових результатів. В умовах нестабільності особливого значення набуває здатність підприємств прогнозувати прибуток, швидко реагувати на зміни та коригувати фінансові рішення;

- адаптація системи управління до кризових умов, тобто впровадження антикризових інструментів управління, посилення контролю витрат та використання цифрових систем для оперативного моніторингу фінансових показників.

Таким чином, управління прибутком українських підприємств у воєнний період набуває антикризового характеру та спрямовується не лише на зростання, а передусім на стабілізацію та відновлення фінансових результатів. Основними завданнями управління прибутком стають стабілізація фінансових результатів, відновлення операційної прибутковості та підвищення адаптивності підприємств.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: офіційний вебсайт. URL: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.03.2026).

Волощук Катерина

Науковий керівник – к.е.н., доц. Леонід Клевчik

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується високим рівнем нестабільності, що обумовлено впливом воєнних, політичних та економічних факторів. У таких умовах зростає значення ефективного управління ризиками як ключового інструменту забезпечення стійкості підприємств. Ризик стає невід'ємною складовою господарської діяльності.

Сучасне нестабільне середовище формує широкий спектр ризиків, серед яких доцільно виділити економічні, політичні, соціальні, технологічні та інфраструктурні. Зокрема, суттєвий вплив на діяльність підприємств мають інфляційні процеси, зміни законодавства, військові загрози, дефіцит трудових ресурсів, а також цифрова трансформація економіки. Сукупність зазначених факторів ускладнює процес стратегічного планування та підвищує рівень невизначеності [1].

Українські підприємства зіткнулися з масштабними викликами, пов'язаними з військовими діями, порушенням логістичних ланцюгів, втратою ринків збуту та ресурсної бази після 2022 року. За даними European Business Association, лише близько 17% підприємств змогли функціонувати у повному обсязі, що свідчить про високий рівень впливу ризиків на діяльність бізнесу [2].

Ефективне управління ризиками передбачає реалізацію послідовного процесу, що включає ідентифікацію ризиків, їх оцінювання, розробку стратегій реагування, впровадження відповідних заходів та постійний моніторинг. Важливою умовою результативності цього процесу є його інтеграція у всі рівні управління підприємством, починаючи від стратегічного планування і завершуючи оперативною діяльністю.

На сучасному етапі особливого значення набуває ризикоорієнтований підхід до управління, який передбачає врахування ризиків при прийнятті будь-яких управлінських рішень. Такий підхід дозволяє підвищити адаптивність

підприємства до змін зовнішнього середовища та забезпечити його конкурентоспроможність. Крім того, важливим напрямом є використання інноваційних інструментів управління ризиками, зокрема цифрових технологій, аналітичних систем та автоматизації бізнес-процесів [1].

В умовах нестабільності ключовими характеристиками ефективної системи управління ризиками є гнучкість, адаптивність та проактивність. Підприємства повинні не лише реагувати на вже існуючі загрози, але й здійснювати їх прогнозування, що дозволяє мінімізувати можливі втрати та забезпечити безперервність діяльності. Значну роль у цьому відіграє людський капітал, оскільки саме кваліфіковані управлінські кадри здатні оперативно приймати обґрунтовані рішення в умовах невизначеності.

Таким чином, управління ризиками в умовах нестабільного середовища є складним багаторівневим процесом, який потребує комплексного підходу та постійного вдосконалення. Впровадження ефективної системи ризик-менеджменту дозволяє підприємствам знизити негативний вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, підвищити рівень економічної безпеки та забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі. У сучасних умовах саме здатність до ефективного управління ризиками визначає конкурентні переваги підприємства та його успішність на ринку.

Список використаних джерел

1. Гарькава, В. Ф., Славкова, О. П., Волоотовська, Т. П. Управління ризиками в умовах нестабільності: виклики для менеджменту в Україні. *Актуальні питання економічних наук*, (1). 2024. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13347958>

2. Філіппов, В. Ю., Первозна, М. О., Понтус, К. М. Управління ризиками на підприємстві в умовах нестабільності. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення"*. Київ. 2023. Т1. С. 161–163.

Гаврилюк Валерія

Науковий керівник – проф. Кифяк О.В.

РОЗРОБКА ТА ВИКОРИСТАННЯ БРЕНДБУКА В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Брендбук є ключовим інструментом у формуванні сильного бренду. Під ним розуміють офіційний внутрішній документ компанії, у якому зібрана основна інформація про бренд. Фактично брендбук виступає матеріальним відображенням концепції та місії компанії. Його головна функція – визначати чіткі правила, що допомагають зберігати цілісність та впізнаваність бренду в усіх видах внутрішніх і зовнішніх комунікацій бізнесу.

Брендбук традиційно охоплює три ключові частини: ідеологічну, графічну та юридичну. Ідеологічний блок описує історію компанії, її місію, цінності, корпоративну культуру та стратегічне бачення розвитку бренду. Графічний блок визначає правила використання фірмових елементів: логотипу, шрифтів, кольорів, слогану та їхніх варіацій у різних форматах. Юридична частина регулює авторські права та захист торгових марок, забезпечуючи коректне й законне використання айдентики бренду [1].

Процес створення брендбуку складається з п'яти послідовних етапів. Спочатку проводиться підготовчий аналіз: визначаються всі елементи бренду, їхні характеристики та особливості цільової аудиторії. Далі відбувається узгодження побажань компанії щодо майбутнього документу, уточнюються структура, обсяг робіт і терміни. На етапі розробки концепції здійснюється глибоке дослідження ринку й конкурентів, формуються варіанти візуальних та ідеологічних рішень, після чого створюється прототип брендбуку. Наступною стадією є попередня презентація й обговорення макета, коли можна внести корективи та додати нові елементи. Завершується процес створенням фінального брендбуку – у друкованому чи електронному форматі [2].

Брендбук відіграє одну з ключових ролей у рекламній діяльності компанії, оскільки дозволяє забезпечити послідовність

та впізнаваність бренду в усіх комунікаціях. Він допомагає компанії виділятися серед конкурентів, формувати емоційні зв'язки зі споживачами та підтримувати довгострокову взаємодію з аудиторією. Особливо важливо це для українських компаній, які працюють в умовах високої конкуренції та соціально-економічних викликів, включно з наслідками війни.

Брендбук виступає не лише як інструмент представлення бренду, його «візитна картка», а й як настанова щодо використання його елементів: від логотипу та кольорової палітри до слоганів і візуальних матеріалів. Завдяки цьому рекламні матеріали стають узгодженими, системними і стратегічно спрямованими, що підвищує ефективність маркетингових кампаній і зміцнює позиції бренду на ринку [3].

Отже, брендбук є ключовим інструментом формування впізнаваності та цілісності бренду. Він допомагає виділятися серед конкурентів, формувати емоційний зв'язок з аудиторією та підтримувати послідовність усіх рекламних матеріалів. Структура брендбуку охоплює ідеологічні, графічні та юридичні складові, що визначають правила використання логотипу, шрифтів, кольорів і слоганів. На практиці він полегшує роботу маркетологів і дизайнерів, підвищує ефективність рекламних кампаній, зміцнює довіру та лояльність споживачів і сприяє зростанню конкурентоспроможності та прибутку компанії.

Список використаних джерел

1. Охріменко, Г. В. Специфіка використання маркетингової інформації для формування бренд буків. *Science Review*. Національний університет «Острозька академія». 2017. № 7, ч. 2. С. 62–66.
2. Подра, О. П.; Петришин, Н. Я. Бренд-бук як інструмент формування ідентичності та індивідуальності підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій*. 2022. DOI: 10.54929/2786-5738-2022-5-04-04.
3. Соломка, П. І. Розробка брендбуку для Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»: дипломний проєкт ... бакалавра : 061 Журналістика / Соломка П. І. Київ, 2019. 87 с.

Гавриляк Віталій

Наукова керівниця – доц. Маханець Л.Л.

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

Період 2014–2024 років є визначальним для вивчення ефективності податкових надходжень в Україні, адже охоплює два глибокі етапи трансформації економіки: початок збройної агресії у 2014 році та повномасштабне вторгнення у 2022 році. Обидва ці періоди супроводжувалися стрімким падінням виробництва, девальвацією гривні, інфляційними хвилями, скороченням прибуткової бази для оподаткування, зміною структури бюджету та зростанням частки оборонних витрат. У таких умовах податкові надходження набули ключової ролі. Війна істотно змінила податкову систему, вплинула на обсяг і структуру платежів, спричинила перерозподіл навантаження між секторами економіки та сформувала нові вимоги до фіскальної стійкості держави. Це поставило перед дослідниками важливе запитання: чи сприяло збільшення податкових надходжень економічному зростанню, чи, навпаки, надмірне фіскальне навантаження знижувало ділову активність та стримувало відновлення виробництва в умовах війни.

Для відповіді на це питання необхідно застосувати економетричні методи, здатні відобразити динамічний, непрямий та пропорційний характер взаємозв'язку між податковими доходами та валовим внутрішнім продуктом. Оскільки впродовж 2014–2024 років економіка України переживала різкі коливання, включно з падінням виробництва, релокацією підприємств, зміною податкових ставок, скороченням експортного потенціалу і частковим переформатуванням ринку праці, класична лінійна модель не може повністю відобразити реальні процеси. Саме тому для оцінювання ефективності податкових надходжень доцільно використати логарифмічну регресійну log-log модель, яка дає можливість дослідити еластичність ВВП відносно змін у податкових платежах і визначити, як змінюється економічний результат при збільшенні обсягу податків. Такий підхід дозволяє привести змінні до зіставного масштабу, згладити різкі коливання,

характерні для кризового періоду, а також забезпечити можливість інтерпретувати коефіцієнти моделі у вигляді відсоткової чутливості. Log-log модель стає інструментом, що найбільш адекватно відображає нелінійну природу взаємодії між доходами бюджету та обсягом виробництва, а також дозволяє оцінити, чи були податкові рішення в зазначений період стимулятором економічного зростання чи фактором стримування.

Для оцінювання характеру та сили взаємозв'язку ВВП та податкових надходжень було сформовано на базі статистичних даних [1] було побудовано логарифмічну (log-log) регресійну модель:

$$\ln Y_t = a_0 + a_1 \ln Tax_t + e_t$$

де $\ln Tax_t$ – натуральний логарифм податкових надходжень у періоді t , $\ln Y_t$ – натуральний логарифм ВВП у періоді t .

Отриманий коефіцієнт еластичності $a_1 = 0,975$ є основним індикатором взаємозв'язку: збільшення податкових надходжень на 1% супроводжується зростанням ВВП майже на 0,98%. Ефект є лінійно позитивним, сильним і майже рівно пропорційним, а надзвичайно низьке значення p -value підтверджує його статистичну значущість. Це означає, що у 2014–2024 роках податкова система забезпечувала не лише формування бюджетних ресурсів, а й виступала важливим чинником підтримки економічної активності. Податкові платежі не пригнічували економічне середовище, а навпаки – корелювали з його розширенням, що свідчить про досить ефективну фіскальну політику навіть у воєнних умовах.

Отже, у 2014–2024 роках податкові надходження в Україні були важливим чинником фінансової стійкості держави та мали позитивний статистично значущий зв'язок із ВВП.

Список використаних джерел

Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL:

Гавриш Єлизавета

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК БЕЗПЕЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОАКТИВІВ

Стрімка цифровізація фінансових відносин, поширення віртуальних активів і зростання інтересу населення до альтернативних інструментів інвестування зумовлюють підвищену увагу до проблеми фінансової грамотності у сфері використання криптовалют.

У сучасних умовах криптовалюти дедалі частіше розглядаються не лише як інноваційний фінансовий інструмент, а і як джерело підвищених ризиків для роздрібних користувачів, що пов'язано з високою ціною волатильністю, складністю технологічної інфраструктури, недостатнім рівнем споживчого захисту та поширенням шахрайських практик у цифровому середовищі.

Організація економічного співробітництва та розвитку наголошує, що значна частина користувачів криптовалют не демонструє належного рівня цифрової фінансової грамотності, а це ускладнює усвідомлену оцінку ризиків, пов'язаних із придбанням, зберіганням і використанням таких активів [1].

Фінансова грамотність у зазначеній сфері охоплює не лише розуміння базових економічних категорій, а й передбачає сформованість навичок їх практичного застосування в умовах цифрового фінансового середовища. Зокрема, вона включає здатність оцінювати співвідношення ризику та очікуваної вигоди, здійснювати перевірку надійності цифрових платформ, ефективно застосовувати інструменти кіберзахисту, а також враховувати чинні регуляторні обмеження при прийнятті фінансових рішень.

На відміну від традиційних фінансових інструментів, операції з криптовалютами, як правило, здійснюються у децентралізованому середовищі, для якого характерним є обмежений або фрагментарний рівень державного контролю, а

також недостатня розвиненість механізмів правового захисту учасників ринку.

Така специфіка функціонування зумовлює підвищені вимоги до рівня фінансової обізнаності користувачів, оскільки її недостатність може призводити не лише до прямих фінансових втрат, але й до втрати доступу до цифрових активів, залучення до шахрайських схем або порушення чинних податкових і регуляторних вимог.

У матеріалах МВФ підкреслюється, що розвиток цифрових форм грошей і криптоактивів супроводжується ризиками для споживачів, пов'язаними з недостатньою прозорістю, слабким захистом користувачів, шахрайством, операційними збоями, що актуалізує значення фінансової освіти як елементу безпечної поведінки на цифровому фінансовому ринку [2].

Отже, фінансова грамотність слід розглядати як один із ключових чинників мінімізації ризиків у процесі використання криптоактивів. Вона формує здатність особи діяти раціонально в умовах високої невизначеності, приймати обґрунтовані фінансові рішення, критично оцінювати інформацію про цифрові активи та дотримуватися базових правил фінансової й кібербезпеки.

У зв'язку з цим підвищення рівня фінансової грамотності населення має стати важливим напрямом перспективної державної політики у сфері цифрових фінансів та фінансової безпеки.

Список використаних джерел

1. OECD. Improving the Digital Financial Literacy of Crypto-Asset Users. Paris : OECD Publishing, 2025. URL: https://www.oecd.org/en/publications/improving-the-digital-financial-literacy-of-crypto-asset-users_19cfecad-en.html (дата звернення: 01.04.2026).
2. International Monetary Fund. Rise of Digital Money. Washington, DC : IMF, 2024. URL: <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/087/2024/003/article-A001-en.xml> (дата звернення: 01.04.2026)

Науковий керівник – проф. Кифяк О.В.

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем конкуренції та динамічністю ринкового середовища, що зумовлює необхідність удосконалення підходів до управління розвитком підприємства. Маркетингова діяльність виступає важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його ефективного функціонування на ринку [1].

У наукових дослідженнях маркетингова програма розвитку підприємства визначається як стратегічний план, сформований на основі комплексних маркетингових досліджень, що включає рекомендації щодо виробничо-збутової діяльності та спрямований на забезпечення ефективного розвитку підприємства з урахуванням потреб споживачів [2].

Важливою передумовою розробки ефективної маркетингової програми є комплексне та системне проведення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Такий аналіз передбачає всебічну оцінку ринкових тенденцій, динаміки попиту і пропозиції, характеристик цільових сегментів, а також особливостей конкурентного середовища та наявного ресурсного потенціалу суб'єкта господарювання. Особливої уваги набуває вивчення макроекономічних факторів, інституційних умов функціонування ринку та змін у поведінці споживачів, що безпосередньо впливають на формування маркетингових рішень.

З метою забезпечення обґрунтованості стратегічного планування використовуються сучасні методи стратегічного аналізу, зокрема SWOT- та PEST-аналіз. Їх застосування дозволяє систематизувати інформацію про внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також ідентифікувати ключові можливості і загрози зовнішнього середовища. Крім того, результати такого аналізу слугують основою для формування конкурентних переваг, визначення стратегічних пріоритетів

розвитку та адаптації маркетингової програми до умов мінливого ринкового середовища. На основі проведеного аналізу формується маркетингова стратегія розвитку підприємства, що передбачає визначення цільових сегментів ринку, позиціонування та формування комплексу маркетингу.

Реалізація маркетингової програми здійснюється через використання комплексу маркетингу, який включає товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики. У сучасних умовах особливого значення набуває використання цифрових технологій, таких як CRM-системи, аналітика даних, SEO та контент-маркетинг, що дозволяє підвищити ефективність взаємодії з клієнтами.

Крім того, сучасні підходи до маркетингової діяльності передбачають інтеграцію принципів соціальної відповідальності та сталого розвитку, що сприяє підвищенню рівня довіри споживачів та формуванню позитивного іміджу підприємства.

Отже, маркетингова програма розвитку підприємства є важливим інструментом стратегічного управління, який забезпечує адаптацію підприємства до змін ринкового середовища, підвищення його конкурентоспроможності та досягнення довгострокових цілей розвитку.

Список використаних джерел

1. Проскурніна, Н. В., Єресько, Д. О. Маркетингова діяльність як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 443–450.
2. Перерва, П. Г., Косенко, О. П. Формування маркетингової програми підприємства. 2023. С. 60–61.
3. Ширінова, О. Маркетингова програма розвитку підприємства.

Лишенко, М., Бородай, Д., Чайка, М. Формування маркетингової стратегії інноваційного розвитку та інноваційної програми в умовах цифрової трансформації та сталого розвитку підприємств.

Герліцька Ангеліна

Наукова керівниця – доц. Федишин М.П.

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: СИСТЕМНІ ВИКЛИКИ, РИЗИКИ ТА АДАПТАЦІЯ

Банківська система України працює в умовах постійної макроекономічної нестабільності, зумовленої інфляційними, валютними, фіскальними та безпековими факторами. У таких умовах нестабільність виступає не окремим ризиком, а системним чинником, що впливає на всі аспекти діяльності банків.

Перший ключовий канал впливу – це погіршення фінансового стану клієнтів. Зниження доходів населення та ділової активності бізнесу підвищує кредитний ризик, що змушує банки наращувати резерви та скорочувати кредитування, що призводить до уповільнення економічного відновлення, формуючи замкнене коло: слабка економіка → високі ризики → менше кредитів → ще слабша економіка.

Другий аспект охоплює зміну структури ресурсної бази. У періоди нестабільності вкладники обирають ліквідність, що скорочує довгострокові депозити. У результаті банки втрачають можливість ефективно трансформувати ресурси у довгострокові кредити.

Інфляція ускладнює прогнозованість діяльності банків, підвищує вартість ресурсів і змінює роль процентної ставки: вона стає інструментом компенсації ризиків, а не лише ціною кредиту. Це знижує стабільність процентної політики та фінансових результатів.

Валютні коливання додатково підсилюють ризики, впливаючи на баланс банків і сприяючи доларизації економіки. Валютний ризик тісно взаємодіє з кредитним та інфляційним, підвищуючи загальну вразливість системи.

Нестабільність також знижує прибутковість банків: падають обсяги кредитування, зростають резерви та вартість ресурсів. У відповідь банки диверсифікують доходи, розвивають комісійні продукти та цифрові сервіси.

Особливого значення в умовах нестабільності набуває управління ліквідністю. Банки змушені балансувати між безпекою (висока ліквідність) і прибутковістю (активні операції), що потребує більш гнучких управлінських рішень.

Посилюється зв'язок із державними фінансами: банки збільшують інвестиції в державні цінні папери як менш ризикові активи. Це знижує кредитний ризик, але обмежує фінансування реального сектору та підвищує залежність від стану державних фінансів.

Монетарна політика Національного банку України відіграє ключову стабілізуючу роль, однак має подвійний ефект: стримує інфляцію, але водночас обмежує кредитування та економічну активність.

Отже, макроекономічна нестабільність в Україні виступає не лише джерелом ризиків, а й системним середовищем функціонування банківської системи, яке формує нову логіку її розвитку. Вона одночасно підсилює ризик ліквідності, кредитні та валютні ризики, змінює структуру ресурсної бази та обмежує класичну роль банків як фінансових посередників [1]. Ключовим результатом цього впливу є трансформація бізнес-моделей банків: від орієнтації на зростання до пріоритету стійкості, ліквідності та ризик-менеджменту. У цих умовах конкурентоспроможність банків визначається не масштабом операцій, а здатністю швидко адаптуватися до змін, диверсифікувати джерела доходів і зберігати довіру клієнтів. Таким чином, виклики макроекономічної нестабільності одночасно формують і ризики, і імпульс до розвитку, а фінансова стійкість банківської системи залежить від ефективності адаптаційних механізмів, узгодженості макроекономічної політики та здатності діяти в умовах постійної невизначеності.

Список використаних джерел

1. Звіт про фінансову стабільність, грудень 2025. Національний банк України. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-gruden-2025-roku> (дата звернення: 30.03.2026)

Главіцька Дарина

Наукова керівниця – Фень К.С.

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ В ЕПОХУ СОЦМЕРЕЖ: МЕХАНІЗМИ ЗАХИСТУ РЕПУТАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ БРЕНДУ

В умовах стрімкої цифрової трансформації маркетингової діяльності соціальні мережі перетворилися на центральний комунікаційний простір. Згідно з дослідженнями, станом на жовтень 2025 року в Україні налічувалося 23,0 мільйони активних користувачів соціальних мереж [2]. Зазначена масштабність цифрової аудиторії відкриває для брендів широкий спектр маркетингових можливостей, а репутаційний капітал набуває статусу одного з найцінніших нематеріальних активів підприємства.

Серед ключових маркетингових ризиків у середовищі соціальних мереж особливе місце посідає ризик вірусного негативу. Затримка з відповіддю на скарги споживачів, ігнорування їхніх претензій або використання неадекватного тону комунікації (tone of voice) значно підвищують імовірність ескалації негативного інформаційного потоку. Додатковим каталізатором репутаційної загрози виступає ефект цифрового архіву, властивий соціальним мережам: навіть видалений контент може бути попередньо збережений користувачами, повторно поширений або цілеспрямовано використаний проти бренду у подальшому.

Показовою ілюстрацією наслідків недооцінки зазначеного ризику є кейс АТ «Укрпошта». Напередодні Дня Святого Валентина 2025 року компанія оприлюднила рекламні світлини, які невдовзі спричинили хвилю критики в соціальних мережах. Користувачі звинуватили бренд у надмірній відвертості візуальних матеріалів та «сексуалізації дітей» – зокрема, через вибір одягу та поз моделей, які були сприйняті аудиторією як неприйнятні [1]. Реакція керівництва Укрпошти виявилася запізнілою та непослідовною. Публікація світлин відбулася 6 лютого, і спочатку генеральний директор компанії заявив, що «не бачить проблеми» у фотографіях, а звинувачення на адресу

компанії кваліфікував як «лицемірство» [1]. Лише після посилення суспільного тиску рекламні матеріали було видалено зі сторінок бренду, а автори кампанії пояснили концепцію спробою «занурити аудиторію у шкільні спогади». Цей випадок демонструє, що оптимальним механізмом захисту в подібних ситуаціях є негайне визнання помилки та оперативне публічне вибачення, а не стратегія заперечення з подальшим відступом.

Не менш суттєвим є ризик втрати контролю над брендовим наративом. У цифровому просторі бренд перестає бути єдиним суб'єктом комунікації про себе: споживачі, блогери, активісти, працівники та конкуренти здатні формувати альтернативні інтерпретації подій, які суттєво впливають на громадське сприйняття. За таких умов механізми захисту репутаційного капіталу мають базуватися не лише на реактивному кризовому менеджменті, а й на системному моніторингу інформаційного середовища, превентивному управлінні ризиками та цілеспрямованій побудові довіри.

Характерною ілюстрацією зазначеного ризику та ефективного механізму реагування є кейс компанії «Monobank». Відома блогерка Ксенія Манекен (Волощук) стала жертвою шахрайства: раніше вона вже користувалася чат-ботом банку і, здійснюючи повторний пошук за пам'яттю, натрапила на фейковий чат-бот. Через фішинговий канал зловмисник, який представився «менеджером банку», переконав клієнтку перевстановити мобільний додаток, унаслідок чого з її рахунків було списано кошти [3]. Блогерка публічно звинуватила Monobank у ненадійності системи безпеки, що спричинило значний суспільний резонанс у соціальних мережах.

Отже, в умовах цифрового середовища репутаційний капітал бренду формується не лише зусиллями самої компанії, а й активною участю споживачів, що суттєво ускладнює процес управління ним. За цих обставин особливої стратегічної ваги набувають комплексні механізми захисту репутаційного капіталу.

До основних механізмів захисту доцільно віднести: системний моніторинг інформаційного середовища (аналіз згадок бренду, відстеження настроїв цільової аудиторії, застосування

інструментів social listening); формування чіткої бренд-стратегії та системи цінностей (забезпечення узгодженості комунікацій з позиціонуванням та автентичністю бренду); побудову довгострокових відносин із аудиторією (культивування довіри, практика відкритості, залучення споживачів до діалогу); розробку антикризових комунікаційних планів (формалізація алгоритмів дій у кризових ситуаціях, забезпечення оперативності реагування); управління контентом (дотримання етичних стандартів, відповідність культурним і соціальним нормам цільових аудиторій).

Визначальними факторами ефективності захисту репутаційного капіталу є швидкість реагування та прозорість комунікації з аудиторією. Як засвідчують проаналізовані кейси, компанії, які демонструють відкритість, визнають допущені помилки та виявляють готовність до конструктивного діалогу, мають значно вищі шанси зберегти довіру цільової аудиторії навіть у кризових ситуаціях, тоді як стратегія заперечення та зволікання призводить до поглиблення репутаційних втрат.

Список використаних джерел

Директор Укрпошти Смілянський вибачився за фото дівчат у мініспідницях. *BBC News Україна*. URL:

Віслюша Манекен – офіційна сторінка Instagram. URL:

Т (дата звернення: 03.04.2026).

Інобанк і Ксюша Манекен. Як не потрапити на гачок шахраїв - BBC News Україна. *BBC News Україна*. URL:

Глушук Інна

Науковий керівник – доц. Тодорук С.І.

МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ ТА ЇЇ ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ

Міграція робочої сили є важливим явищем сучасної світової економіки. Вона означає переміщення працездатного населення з однієї країни до іншої з метою працевлаштування та покращення умов життя. З соціально-економічної точки зору цей процес стосується формування вартості робочої сили на міжнародному рівні та взаємодії країн у питаннях виробництва і розподілу продукту праці.

Формування вартості робочої сили на міжнародному рівні залежить від таких факторів, як рівень освіти, кваліфікація працівників, складність праці та її відтворення. У зв'язку з цим у розвинених країнах поступово відбувається вирівнювання заробітної плати до середнього рівня, хоча вона може змінюватися під впливом попиту і пропозиції на ринку праці.

Загалом, масштаби міжнародної міграції є досить значними. Щороку мільйони людей виїжджають за кордон у пошуках роботи або кращого місця проживання. Зазвичай міграція відбувається до США, країн Західної Європи та Близького Сходу. Також важливою є міграція висококваліфікованих спеціалістів, зокрема науковців і фахівців із вищою освітою, що свідчить про зростання конкуренції за інтелектуальні ресурси.

Причини міжнародної міграції можуть бути економічними та неекономічними. До економічних належать вища заробітна плата, безробіття, кращі умови праці та можливості професійного розвитку. До неекономічних відносять політичні, релігійні, військові та соціальні фактори, які також змушують людей змінювати місце проживання [1].

При цьому міграція робочої сили має як позитивні, так і негативні наслідки. Для країн, з яких виїжджають працівники, позитивними є надходження грошових переказів, що покращують їхню економічну ситуацію. Водночас негативна сторона включає в себе 'відтік мізків', що може уповільнювати розвиток окремих галузей [1].

Для країн, які приймають мігрантів, позитивними наслідками будуть збільшення пропозицій робочої сили, можливість залучення необхідних спеціалістів та створення умов для економічного зростання.

Важливо також зазначити, що важливу роль у регулюванні міграційних процесів відіграє держава. Вона встановлює певні правила та обмеження, зокрема вимоги до освіти і кваліфікації мігрантів, а також контролює умови їхнього працевлаштування. Таке регулювання дає змогу узгодити потреби економіки з можливостями ринку праці.

Особливе значення в цьому всьому має легалізація трудової міграції. Легально працевлаштовані мігранти отримують вищі доходи та кращий соціальний захист, що сприяє збільшенню обсягів грошових переказів у країну їхнього походження. У результаті це має позитивний вплив на платіжний баланс та економічний розвиток країни [2].

Міграція робочої сили сприяє переміщенню робітників між галузями або регіонами, обміну знаннями та досвідом, а також підвищенню загального рівня продуктивності праці. Проте вона одночасно потребує ефективного управління.

Отже, міжнародна міграція робочої сили є складним процесом та включає багато різних аспектів. Вона має значний вплив на розвиток як окремих країн, так і світової економіки в цілому. Ефективне регулювання дозволяє посилити позитивні наслідки та зменшити негативні, забезпечуючи стабільний економічний розвиток і підвищення рівня життя населення.

Список використаних джерел

. В. Короленко, А. А. Петросян. Міжнародна міграція робочої сили:

п

р І. Мойсей, Економічні ефекти державного регулювання міжнародної

п

р

у

д

и

в

ф

й

Голік Денис

Наукова керівниця – доц. Корбутяк Аліна

ФАКТОРИ ЗРОСТАННЯ ВАРТОСТІ ПАЛИВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Ринок палива в Україні є важливою складовою національної економіки, оскільки безпосередньо впливає на функціонування транспорту, промисловості та сільського господарства. Упродовж останніх років спостерігається різке зростання цін на паливо, що викликає значний суспільний резонанс і потребує детального аналізу причин цього явища. Особливо ситуація загострилася на тлі розгортання військових дій між США, Ізраїлем та Іраном.

Однією з ключових причин подорожчання палива є залежність України (як і більшості країн світу та Європи) від імпорту нафтопродуктів. Значна частина бензину та дизельного пального постачається з-за кордону, що робить внутрішній ринок чутливим до коливань світових цін на нафту. Зростання вартості нафти на міжнародних ринках автоматично призводить до підвищення цін на паливо всередині країни [1].

Важливим фактором є також валютний курс. Оскільки розрахунки за імпортоване паливо здійснюються в іноземній валюті, знецінення національної валюти спричиняє подорожчання кінцевого продукту для споживачів. Коливання курсу гривні прямо впливають на собівартість пального та формування роздрібних цін [2].

Ще однією суттєвою причиною є геополітична ситуація та військові дії на території України. Порушення логістичних ланцюгів, знищення або пошкодження нафтобаз і транспортної інфраструктури призвели до зростаючого дефіциту пального на ринку.

Слід також враховувати податкову складову у структурі ціни на паливо. Акцизи та податок на додану вартість займають значну частку кінцевої вартості. Зміни в податковій політиці держави, зокрема підвищення ставок або повернення податків після тимчасових пільг, можуть суттєво впливати на рівень цін.

Крім того, важливу роль відіграють витрати на логістику. Через зміну маршрутів постачання пального, зокрема

переорієнтацію з традиційних джерел на європейські ринки, зросли транспортні витрати. Це пов'язано з необхідністю використання альтернативних шляхів доставки, що є довшими та дорожчими [3].

Не менш важливим фактором є рівень конкуренції на ринку. Обмежена кількість постачальників та висока концентрація ринку можуть призводити до узгоджених дій між учасниками, що також впливає на ціноутворення. У таких умовах ринковий механізм не завжди забезпечує справедливу конкуренцію.

Зростання попиту на паливо також сприяє підвищенню цін. У періоди активізації економічної діяльності або сезонного збільшення використання транспорту попит перевищує пропозицію, що закономірно веде до подорожчання.

Отже, різке зростання цін на паливо в Україні є наслідком комплексної дії низки факторів, серед яких ключовими є військова агресія, залежність від імпорту, коливання валютного курсу, геополітичні ризики, податкова політика, логістичні витрати та стан конкуренції на ринку. Для стабілізації цін необхідно реалізовувати заходи, спрямовані на розвиток власного виробництва пального, диверсифікацію джерел постачання та вдосконалення державного регулювання.

Список використаних джерел

1. Міністерство енергетики України. Ситуація на ринку пального в Україні. URL: <https://mev.gov.ua/novyny/sytuatsiya-na-rynku-palnoho>
2. Національний банк України. Вплив валютного курсу на ціни імпортованих товарів. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vpliv-kursu-na-inflyaciyu>.
3. Міжнародне енергетичне агентство. Global oil market report. URL: <https://www.iea.org/reports/oil-market-report>.
4. Forbes Україна. Причини дефіциту та росту цін на паливо. URL: <https://forbes.ua/inside/chomu-v-ukraini-dorozhchae-palivo> analiz

Головачова Каріна

Науковий керівник – асист. Зюков Сергій

РОЗРОБКА ВЕБСИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ МАШИННОГО НАВЧАННЯ

У сучасних умовах розвитку цифрової економіки прийняття ефективних управлінських рішень потребує обробки великих обсягів даних та врахування багатьох факторів, що впливають на діяльність підприємств. Традиційні методи аналізу економічних даних часто не забезпечують достатньої точності прогнозування та швидкості обробки даних, що є критичним у конкурентному середовищі.

Станом на 2026 рік технології машинного навчання (Machine Learning) активно застосовуються у сфері економіки для прогнозування фінансових показників, оцінки ризиків та загалом оптимізації бізнес-процесів [1]. Використання таких технологій дозволяє автоматизувати аналітичні процеси та підвищити точність і якість управлінських рішень.

Проте існує проблема доступності інструментів машинного навчання для широкого кола користувачів, оскільки їх використання часто потребує спеціальних знань. У зв'язку з цим, актуальним є створення вебсистеми, яка б забезпечувала інтеграцію алгоритмів машинного навчання з інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом користувача [2].

Метою дослідження є розробка вебсистеми для підтримки прийняття економічних рішень на основі машинного навчання, яка дозволить автоматизувати процес аналізу даних та підвищити ефективність прогнозування економічних показників. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати сучасні підходи до використання машинного навчання в економіці;
 - визначити основні функціональні можливості вебсистем для підтримки прийняття рішень;
 - розробити концепцію та архітектуру вебсистеми;
 - обрати алгоритми машинного навчання для прогнозування економічних показників;
-

- реалізувати прототип вебсистеми;
- оцінити ефективність запропонованого рішення.

У дослідженні використовуються методи аналізу та синтезу, економіко-математичного моделювання, а також сучасні методи машинного навчання. Зокрема, застосовуються алгоритми регресійного аналізу, дерева рішень та методи для побудови прогнозних моделей.

Інформаційною базою дослідження є відкриті економічні дані, а також тестові набори даних, що моделюють діяльність підприємств у різних галузях.

Запропонований підхід дозволить враховувати складні взаємозв'язки між економічними змінними, що значно підвищуватиме точність прогнозування та ефективність управління.

Очікується, що використання такої системи сприятиме зменшенню ризиків у діяльності підприємств, підвищенню якості прийняття рішень та оптимізації використання ресурсів.

У результаті дослідження буде розроблено вебсистему підтримки прийняття економічних рішень на основі машинного навчання. Інтегровано аналітичні моделі у зручний веб-інтерфейс, який дозволить значно спростити процес використання складних методів аналізу даних.

Список використаних джерел

Іліченко, О., Радзевич, Т. Використання машинного навчання в

п
р
б
а
т
к
о, О.В., Вороненко, В.І. Вплив штучного інтелекту на
п
р
и
й
н
я
т
т
я
 у
п
р
а
в
л
і
н
с
ь
к
и
х
 р
і
ш
е
н
ь. *Механізм регулювання економіки*,
2

9

0

4

у

в

№

н

н

і

т

Голодняк Мар'яна

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

**ФУНКЦІОНУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В
УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ**

Функціонування публічних фінансів України в умовах війни визначається різким зростанням оборонних видатків, високою залежністю від зовнішнього фінансування та необхідністю забезпечення макроекономічної стабільності. За даними Міжнародного валютного фонду, у 2026 році зовнішній фінансовий розрив України оцінюється у 52 млрд дол. США, а сукупні потреби фінансування в межах багаторічної програми перевищують 130 млрд дол., що свідчить про значну залежність державного бюджету від міжнародної допомоги [1].

У таких умовах формується специфічна модель функціонування публічних фінансів, за якої внутрішні доходи спрямовуються переважно на фінансування сектору безпеки й оборони, тоді як значна частина цивільних видатків покривається за рахунок зовнішніх джерел. Така конструкція дозволяє підтримувати бюджетну стабільність у короткостроковому періоді, однак водночас формує ризики боргового навантаження та фінансової залежності. Отже, ключова проблема полягає не лише у покритті дефіциту, а й у забезпеченні довгострокової фіскальної стійкості.

Важливим аспектом є узгодження фіскальної та монетарної політики. За даними НБУ, у 2026 році інфляція зберігається на контрольованому, але чутливому рівні, а облікова ставка становить 15%, що відображає необхідність стримування інфляційних і курсових ризиків [2]. У цих умовах використання емісійного фінансування є обмеженим, оскільки може призвести до девальвації гривні та втрати довіри до фінансової системи.

Додатковим викликом є перерозподіл ресурсів між рівнями бюджетної системи. Війна обумовлює посилення централізації фінансових ресурсів на користь державного бюджету, що є об'єктивно необхідним для фінансування оборони, однак водночас знижує фінансову автономію територіальних громад. Це обмежує їхню здатність забезпечувати розвиток інфраструктури та підтримку локальної економічної активності, формуючи додаткові дисбаланси у системі публічних фінансів.

Таким чином, функціонування публічних фінансів України в умовах війни відбувається в межах складної системи

взаємопов'язаних обмежень, де необхідно одночасно забезпечувати фінансування оборони, соціальну стабільність та макроекономічну рівновагу.

Публічні фінанси України у воєнний період функціонують в умовах системного дефіциту ресурсів, високого боргового навантаження та значної залежності від зовнішнього фінансування. Основним викликом є забезпечення фіскальної стійкості без порушення макроекономічної стабільності, зокрема без посилення інфляційних і валютних ризиків. Встановлено, що існуюча модель фінансування, яка базується на поєднанні внутрішніх ресурсів і міжнародної допомоги, є ефективною в короткостроковому періоді, однак не може розглядатися як довгостроково стійка.

Отже, стратегічним завданням є поступовий перехід від моделі зовнішньої фінансової залежності до зміцнення внутрішньої дохідної бази, розвитку національного виробництва та підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів. Лише за таких умов можливо забезпечити фінансову самодостатність держави та створити передумови для стабільного економічного розвитку в післявоєнний період.

Список використаних джерел

1. International Monetary Fund. IMF Executive Board Approves US\$8.1 Billion under an Extended Fund Facility Arrangement for Ukraine. 2026. URL: <https://www.imf.org/en/news/articles/2026/02/26/pr-26066-ukraine-imf-executive-board-approves-usd-8point1-billion-under-an-eff-arrangement> (дата звернення: 30.03.2026).
2. Національний банк України. Макроекономічний та монетарний огляд, березень 2026 року. 2026. URL: <https://bank.gov.ua/en/news/all/makroekonomichniy-ta-monetarniy-oglyad-berezen-2026-roku> (дата звернення: 01.04.2026).

Горфиняк Олег

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОЦЕСІВ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобальної нестабільності та високої волатильності ринків традиційні підходи до бізнес-планування, що базуються на екстраполяції минулих показників, є малоефективними, адже для інвесторів, які шукають надійні об'єкти для вкладення капіталу, якість системи бізнес-планування виступає головним індикатором фаховості менеджменту та керованості ризиками. Трансформація процесів планування з формального інструменту звітності у динамічну систему стратегічного управління стає ключовим чинником зростання інвестиційної активності, адже це дозволяє підприємствам не лише залучати ресурси, а й забезпечувати їхню ефективну конвертацію у стійкі конкурентні переваги [1].

Ефективне бізнес-планування традиційно сприймається як статичний документ, необхідний для залучення інвестицій, проте сучасні трансформаційні процеси в економіці зумовлюють перехід до динамічного сценарного планування, яке має відповідати таким критеріям:

- адаптивності – здатності до оперативної корекції стратегії у разі зміни зовнішніх чинників;
- інтегрованості – системного поєднання фінансових, операційних та стратегічних цілей підприємства;
- цифровізованості – базування на аналізі масивів даних (Big Data) та інструментах прогнозової аналітики;
- урахування інтересів не лише власників, а й потенційних інвесторів, партнерів та державних інституцій [2, с. 46-47].

Ефективна система бізнес-планування дозволяє підприємству ефективно виходити на міжнародні ринки капіталу для залучення грантової підтримки, суттєво мінімізувати вартість запозичених ресурсів завдяки зростанню довіри кредиторів, підвищувати результативність використання внутрішніх інвестиційних резервів, а також формувати репутацію прозорості та передбачуваної компанії для всіх стейкхолдерів [3, с. 52]

Головними перешкодами на шляху модернізації системи бізнес-планування є консерватизм керівництва, дефіцит кваліфікованих кадрів та обмеженість фінансових ресурсів для

впровадження аналітичного програмного забезпечення. Шлях до успіху пролягає через поетапну трансформацію: від автоматизації базових фінансових звітів до розробки комплексних стратегічних моделей [4, с. 204-205]. Важливу роль у цьому процесі відіграє державна підтримка.

Отже, трансформація процесів бізнес-планування виступає стратегічним фактором зростання інвестиційної активності суб'єктів господарювання. В умовах глобальної конкуренції інноваційне бізнес-планування трансформується з суто управлінської функції у ключовий актив підприємства та дієвий інструмент стратегічного менеджменту. Таким чином, модернізація підходів до розробки бізнес-планів є необхідною передумовою для посилення конкурентоспроможності та забезпечення стійкого розвитку у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

4. Вербівська, Л.В. Механізми управління стратегічним розвитком підприємств в умовах євроінтеграційних трансформацій. *Економіка та суспільство*. 2025. №72. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5779>
5. Маматова, Л. Ш. Роль бізнес-планування в управлінні підприємством. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 30. С. 44-47. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-07>
6. Мірошніченко, О., Приходько, О., Іоргова, Е. Бізнес-планування у сучасному підприємницькому середовищі: теоретико-прикладний аспект. *Трансформаційна економіка*. 2024. №2(07). С. 50-54. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-7-9>
7. Мірчук, Н. Трансформація інвестиційних стратегій підприємств харчової промисловості України: відповідь на виклики воєнного стану та євроінтеграційні процеси. *Київський економічний науковий журнал*. 2025. № 11. С. 203-209. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2025-11-25>

Григорчук Кароліна

Наукова керівниця – доц. Скращук Л.В.

МОДЕЛЮВАННЯ ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ

У сучасній науковій парадигмі оцінювання суспільного прогресу зазнало фундаментальної трансформації, де пріоритет змістився з виключно макроекономічних показників на комплексні індикатори якості життя населення. Центральне місце у цьому процесі посідає індекс людського розвитку (ІЛР) як інтегральна метрика. У зв'язку з динамічними глобальними змінами, математичне моделювання чинників, що детермінують цей індекс, набуває особливої актуальності, оскільки воно дозволяє не лише об'єктивно проаналізувати поточний стан людського капіталу, а й сформувати обґрунтовані прогнози та стратегії сталого розвитку для забезпечення високих соціальних стандартів у довгостроковій перспективі [1].

Теоретичні та прикладні аспекти дослідження індексу людського розвитку активно розробляються сучасними науковцями, що сприяло формуванню значної кількості підходів до оцінювання людського потенціалу. У наукових працях простежується перехід від суто кількісних показників добробуту до комплексного врахування якісних характеристик життя. Зокрема, до моделей ІЛР дедалі частіше включаються такі змінні, як екологічна стійкість, цифрова грамотність і соціальна інклюзія, що дозволяє глибше дослідити закономірності формування людського капіталу в умовах глобальної нестабільності, водночас ускладнюючи аналітичний процес через взаємозалежність детермінант.

У межах проведеного дослідження основну увагу зосереджено на моделюванні впливу таких фундаментальних показників, як валовий внутрішній продукт на душу населення та інтегральний рівень освіти. Вибір цих індикаторів обумовлений їхньою роллю як ключових базисних чинників, що найбільш безпосередньо та репрезентативно відображають стан соціально-економічного ландшафту країни.

Методичну основу практичної частини дослідження становить застосування інструментарію множинної лінійної регресії, що дозволяє оцінити силу та напрям впливу відібраних факторів на зміну індексу людського розвитку. У запропонованій

моделі індекс людського розвитку виступає залежною змінною, тоді як сукупність релевантних показників використовується як пояснювальні змінні. Емпіричну перевірку адекватності моделі та інтерпретацію отриманих результатів здійснено на основі вибірки, що включає 15 послідовних спостережень, що створює підґрунтя для виявлення стійких кількісних взаємозв'язків між досліджуваними змінними [2].

Таким чином, у результаті проведеного дослідження отримано модель множинної лінійної регресії:

де Y – індекс людського розвитку, X_1 – ВВП на душу населення, X_2 – рівень освіти.

Коефіцієнт детермінації $R^2=0,9418$ свідчить про високий рівень пояснювальної здатності моделі: 94,18% варіації індексу людського розвитку обумовлено впливом включених факторів, що вказує на наявність тісного зв'язку між досліджуваними змінними. Результати перевірки за **F-критерієм** підтверджують статистичну значущість побудованої моделі та її адекватність для подальшого аналізу.

Отже, побудована регресійна модель підтверджує домінуючий позитивний вплив економічного добробуту та освітнього потенціалу на формування індексу людського розвитку, що дозволяє використовувати її як надійний інструмент для прогнозування соціального прогресу та обґрунтування стратегій підвищення якості життя.

Список використаних джерел

аціональний інститут стратегічних досліджень. Людський розвиток в умовах соціально-економічних змін. URL: <https://niss.gov.ua>

Грубляк Софія

Наукова керівниця – доц. Харабара В.М.

ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЇ НА БАНКІВСЬКІ ДЕПОЗИТИ НАСЕЛЕННЯ

Інфляція є одним із ключових макроекономічних показників, що характеризує загальне зростання рівня цін у країні та безпосередньо впливає на купівельну спроможність населення. В умовах економічної нестабільності її вплив стає особливо відчутним, оскільки вона змінює поведінку домогосподарств щодо заощаджень і споживання. Однією з найпоширеніших форм збереження коштів населення є банківські депозити, які виступають важливим інструментом акумулювання фінансових ресурсів у банківській системі.

У наукових дослідженнях питання впливу інфляції на заощадження населення розглядається як одна з ключових проблем макроекономіки. О.Береславська та ін. досліджують динаміку банківських заощаджень населення і доводять, що інфляція знецінює депозити та знижує зацікавленість у їх розміщенні [1]. П. Лещенко аналізує інфляційні очікування населення та їх вплив на фінансову поведінку, зокрема зменшення депозитів і перехід у валюту [2].

Інфляція має прямий вплив на заощадження населення, оскільки знецінює депозити і зменшує їх реальну доходність. У періоди високої інфляції спостерігається тенденція до скорочення довгострокових депозитів і збільшення популярності короткострокових вкладів або альтернативних способів збереження коштів, таких як іноземна валюта, золото чи інвестиційні інструменти. Населення стає більш обережним у розміщенні заощаджень і часто адаптує свої фінансові рішення під очікувану динаміку цін. Банки у відповідь на ці зміни підвищують депозитні ставки, пропонують нові програми з індексацією вкладів або валютними опціями та змінюють умови депозитів, щоб зберегти клієнтську базу та підтримати стабільність фінансових потоків. У результаті взаємодії інфляційних процесів та реакцій банків формуються нові патерни поведінки вкладників.

Дослідження показують, що інфляція суттєво впливає на рішення населення щодо розміщення коштів у банках. Реальна доходність депозитів часто виявляється нижчою за темп

зростання цін, що стимулює вкладників шукати альтернативи або змінювати структуру своїх заощаджень. Для практичного аналізу і прогнозування поведінки населення можна виділити кілька ключових напрямів:

- оцінка реальної доходності депозитів і її динаміки;
- аналіз переорієнтації заощаджень на короткострокові депозити чи альтернативні інструменти;
- врахування інфляційних очікувань населення при прогнозуванні попиту на банківські послуги.

За даними НБУ у 2025 р. річна інфляція становила близько 14 %, що перевищує середню прибутковість гривневих депозитів. Це призводить до того, що реальна доходність депозитів часто залишається низькою або навіть від'ємною, що стимулює громадян шукати альтернативні способи збереження коштів. Інфляція значно впливає на фінансову поведінку населення, зменшуючи реальну доходність депозитів і стимулюючи пошук альтернативних способів інвестування.

Отже, короткострокові депозити і валютні вклади стають більш популярними під час економічної нестабільності. Ці тенденції дозволяють прогнозувати поведінку населення на депозитному ринку і розробляти стратегії для підтримки заощаджень і стабільності фінансової системи в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Береславська О., Козій Н. Банківські заощадження домогосподарств: структура, динаміка, тенденції під час кризових станів економіки України. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2023. № 28(56). URL: <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/view/3733>.
2. Лещенко П. Фактори впливу на формування економічних очікувань населення в Україні. *Наукові записки НаУКМА*. 2017. № 2(1). С. 92–97. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739212017119812>.

Гуцану Ксенія

Науковий керівник – доц. Кузь В.І.

ПОДАТКОВА СИСТЕМА РУМУНІЇ: ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНА ВЗАЄМОДІЯ

ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ З ПОДАТКОВИМИ ОРГАНАМИ

Податкова система Румунії є домінантним джерелом фінансових ресурсів за рахунок яких фінансується виконання більшості державних соціально-економічних функцій. Основним нормативно-правовим актом, що регулює податкові механізми є Податковий кодекс [1]. Він визначає правову базу щодо податків і зборів, які формують доходи бюджетів і позабюджетних фондів, ідентифікації платників податків, методів обчислення податкових зобов'язань та процедур їх погашення. Питання адміністрування податків регулюються нормами Податково-процесуального кодексу [2]. Наявність кодифікованого законодавства у сфері податкових відносин забезпечує прозорість та стабільність податкового середовища.

Система оподаткування Румунії складається з податків і зборів (податок на прибуток; додатковий податок; податок на доходи; податок на доходи, отримані нерезидентами; податок на додану вартість; акцизні збори; місцеві податки та збори; будівельний податок; спеціальний податок на нерухоме та рухоме майно високої вартості) та обов'язкових соціальних внесків [1].

Суттєвою перевагою податкової системи Румунії є значні податкові преференції, зокрема, нижчі податкові ставки порівняно з багатьма країнами ЄС. Ставка податку на прибуток підприємств становить 16% (1%-3% для малого бізнесу), тоді як у ряді інших країн вона перевищує 20-25% [3]. Податок на доходи фізосіб у Румунії має фіксовану ставку 10%, на відміну від систем оподаткування, які застосовуються в інших європейських країнах. Ця модель сприяє підвищенню прозорості доходів та зменшенню тіньової економіки. Стандартна ставка податку на додану вартість становить 19%, проте для окремих категорій товарів і послуг застосовуються знижені ставки 9% та 5%, що сприяє стимулюванню споживання [1]. Порівняльний аналіз свідчить, що податкова система Румунії є більш ліберальною, що створює передумови для її інвестиційної привабливості.

Важливим елементом ефективної податкової системи є

взаємодія між платниками податків і податковими органами. У Румунії вона ґрунтується на положеннях Статуту платника податків [4], який визначає основні права та гарантії платників. Зокрема, платники мають право на отримання повної та достовірної інформації щодо податкового законодавства, доступ до консультацій, захист персональних даних, а також можливість оскарження рішень податкових органів. Це забезпечує баланс інтересів держави та платників податку. Важливим напрямом розвитку податкової системи Румунії є зменшення адміністративного навантаження через спрощення звітування та поліпшення сервісного обслуговування [5].

Отже, податкова система Румунії є ефективним інструментом економічної політики, що поєднує збалансоване податкове навантаження з високим рівнем ефективності адміністрування податків. Це забезпечує високу інвестиційну привабливість країни та сприяє її економічному розвитку.

Список використаних джерел

1. Codul fiscal: Legea nr. 227/2015. URL: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod_fiscal_norme_2023.htm#A291.
2. Codul de procedură fiscală: Legea nr. 227/2015. URL: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/cod_procedura/Cod_Procedura_Fiscala_2023.htm.
3. Sistemul fiscal din România. Agenția Române pentru Investiții și Comerț Exterior. URL: <https://arice.gov.ro/1/sistemul-fiscal/>.
4. Carta contribuabilului. Ministerul Finanțelor Publice. URL: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/AsistentaContribuabili_r/CARTA_CONTRIBUABILULUI_10032010.pdf.
5. Plan Strategic ANAF 2025-2028. Agenția Națională de Administrare Fiscală. URL: https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/Informatii_R/240917_%20Plan_%20StrategicANAF2025-2028.pdf.

Добровольська Тетяна

Науковий керівник – доц. Запучляк В. М.

ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ:

РЕЗУЛЬТАТИВНИЙ ПІДХІД ТА НАЙМ

В умовах воєнного стану управління персоналом в Україні потребує системної трансформації. Традиційні підходи неефективні на тлі масового виснаження працівників та гострого дефіциту кадрів. Забезпечення операційної діяльності підприємств вимагає відмови від жорсткого адміністрування та застарілих критеріїв рекрутингу.

Ключовою загрозою є приховане вигорання персоналу: порушення сну через повітряні тривоги та хронічний стрес знижують когнітивні здібності. Ситуацію загострюють неформальні вимоги керівництва щодо доступності працівників поза робочим часом, що унеможлиблює повноцінне відновлення нервової системи. Згідно з результатами опитувань, про відчуття стресу заявляють 77% українців [0]. Відповідно до статистики платформи Work.ua, 59% українців регулярно перепрацьовують, і одним із наслідків є критичне падіння ефективності: 57% працівників визнають імітацію продуктивності, а 63% відчувають гостру потребу у відпочинку вдень [0]. Криза зачіпає і самих архітекторів корпоративної культури: 37% HR-спеціалістів перебувають у стані вигорання, а 10% зізнаються у зниженні продуктивності [0].

Ефективним механізмом вирішення згаданих проблем під час війни є впровадження результативно орієнтованого управління. Оцінка за виконаними завданнями, а не за відпрацьованими годинами, надає працівникам автономію в управлінні власним ресурсом. Доцільним є закріплення гнучких графіків для адаптації до безпекових умов та суворих правил цифрової гігієни, що гарантують право на відключення від корпоративних комунікацій у неробочий час. Це суттєво знижує фонову тривожність і трансформує імітацію роботи у фактичний результат.

Разом з тим, іншою перешкодою є інерційність критеріїв відбору на тлі кадрового голоду. Компанії не можуть закрити вакансії через орієнтацію на ідеалізований попередній досвід та збереження гендерних і вікових упереджень. Опитування Європейської Бізнес Асоціації підтверджують, що понад 70%

підприємств постійно відчувають брак кадрів [0]. Відмова від дискримінаційних фільтрів відбору має макроекономічне значення: інтеграція ігнорованих демографічних груп безпосередньо знижує загальний рівень безробіття та підтримує стійкість економіки.

В умовах дефіциту, критерії найму мають зміститися з оцінки стажу на аналіз гнучких навичок та відповідність цінностей кандидата корпоративній культурі. Емоційний інтелект, стресостійкість і здатність до швидкого навчання набувають першочергового значення, оскільки спеціалізованим технічним процесам можна навчити на робочому місці. Усунення бар'єрів у поєднанні з програмами внутрішнього перенавчання дозволяє ефективно залучати кандидатів віком 50+ та жінок на традиційно «чоловічі» посади.

Підсумовуючи, зазначимо, що стратегічним вектором розвитку українського бізнесу має стати перехід від залучення готових фахівців до моделі інкубації людського капіталу. На противагу моделі раціональної бюрократії, трансформація вітчизняних компаній в освітні хаби та платформи психологічної безпеки формує ринок праці, здатний витримувати глобальну турбулентність.

Список використаних джерел

1. Дослідження дефіциту кадрів в Україні. *Європейська Бізнес Ас*
- с 2. Майже 80 % українців відчувають стрес та сильну знервованість. *Д*
- я 3. Опитування щодо рівня продуктивності працівників. *Аналітичний*
- ї *центр Work.ua*. URL: <https://www.work.ua/articles/analytics/3393/> (дата
- н звернення: 24.03.2026).

Доброгорська Ліліана

Наукова керівниця – доц. Кобеля З. І.

(дата звернення: 24.03.2026)

ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВПЛИВ НА ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ

В Україні фіксується демографічна криза, що проявляється у низькій народжуваності та високій смертності: на одну дитину

(дата звернення: 24.03.2026).

припадає майже три випадки смерті, тобто смертність у 2,8–3 рази перевищує народжуваність. Війна та економічна нестабільність спричинили масовий відтік населення, що знижує мотивацію до створення сімей і веде до скорочення народжуваності. Політико-економічна невизначеність формує несприятливі умови для відтворення населення та посилює ризики довгострокового скорочення. Скорочення чисельності економічно активного населення та старіння нації призводять до зменшення трудового потенціалу та підвищення навантаження на соціальну сферу.

У 2025 році чисельність населення України становила близько 38,9 млн осіб. Демографічна ситуація характеризується низьким рівнем народжуваності (7,3‰) та високим рівнем смертності (18,5‰), що зумовлює від'ємний природний приріст. Додатковими чинниками скорочення є процеси старіння населення, воєнні втрати та міграція. Міграційний приріст залишається незначним (0,9‰), тому загальна чисельність населення продовжує зменшуватися [2]. Вказані тенденції негативно позначаються на трудовому потенціалі та економічному розвитку держави. Але точних даних отримати неможливо, тому що війна ускладнює збір інформації, частина територій перебуває під окупацією, багато людей мігрує або переміщується без реєстрації, а робота державних реєстрів та статистичних органів порушена, через що дані про народжуваність, смертність, міграцію та чисельність населення залишаються неповними й орієнтовними.

У сучасній науковій літературі відсутнє усталене визначення поняття «демографічна криза». У працях останніх років простежуються різні підходи до його інтерпретації. Так, Е. Лібанова розглядає демографічну кризу як наслідок тривалих історичних та соціально-економічних трансформацій, що сформували стійку основу суспільного розвитку, яку неможливо швидко змінити; відповідно, держава має адаптуватися до нових умов [3]. С.І. Пирожков трактує демографічну кризу як глибоку структурну проблему, зумовлену соціально-економічними чинниками, яка без комплексних державних заходів лише поглиблюватиметься [4].

Демографічна криза є складною категорією, що поєднує кількісні та якісні характеристики населення. Погіршення цих

показників створює ризики для розвитку країни, які розтягнуться на роки. Узагальнюючи наукові позиції, демографічну кризу доцільно визначати як комплексне явище, що охоплює скорочення чисельності населення, його старіння та погіршення якісних характеристик, які негативно впливають на трудовий потенціал і соціально-економічний розвиток держави.

Отже, демографічна криза в Україні є серйозною проблемою, яка має як соціальні, так і економічні наслідки. Зменшення чисельності населення та міграційні процеси призводять до скорочення трудових ресурсів і зниження ефективності економіки.

Вирішення цієї проблеми можливе за умови реалізації ефективної державної політики, спрямованої на підвищення народжуваності, зниження смертності, покращення рівня життя населення та створення умов для повернення трудових мігрантів.

Список використаних джерел

2. Г

3. Демографічне відродження / О. М. Гладун, Б. О. Крімер, І. О. Курило, Н. М. Левчук, Е. М. Лібанова, О. В. Позняк, Д. Г. Шушпанов. Збереження і розвиток України в умовах війни та миру : національна доповідь. Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. Київ, 2024. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/6a6a3dfd-0f61-4c00-bcd1-f277f103573d>

4. Пирожков, С. І. Вибрані наукові праці : у 2 т. НАН України (К.), Інститут демографії і соціальних досліджень. Т. 1 Демографічний і трудовий потенціал / С. І. Пирожков. 2008. с. 934. URL: <http://irbis-ibuv.gov.ua/ulib/item/ukr0000025274>

ж

Довганюк Ірина

с

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

т

а

т

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

у

Д
Л
я
За своєю сутністю кредит – це суспільні відносини, що виникають між економічними суб'єктами у зв'язку з передаванням тимчасово вільних коштів або товарів тим, хто має у них потребу [1].

к

р

І

н

ф

Одна з найважливіших функцій кредиту – перерозподільна. Люди кладуть свої заощадження на депозити в банк, а останній, у свою чергу, видає ті кошти підприємцям у кредит для масштабування діяльності.

Емісійна функція створює у процесі кредитування додаткові платіжні засоби, отож, держава мобілізує гроші через випуск облігацій і у висновку вона отримує ресурс для фінансування державних програм соціального типу для цільових груп населення.

Контрольно-стимулююча функція є важливою, адже позичальник не просто взяв гроші і забув про їх повернення власнику, а, навпаки, функція спонукає та дисциплінує його задумуватися про різні ефективні методи управління ресурсами, щоб збільшити прибуток.

Регулююча показує, до прикладу, як за допомогою пільгового кредитування держава мотивує розвиток стратегічних галузей економіки, що відповідає державній політиці забезпечення економічної стійкості в умовах війни. А маніпуляції зі зміною відсоткових ставок впливають на грошову масу в обігу (зниження призводить до експансії, збільшення – до рестрикції).

Капіталізація вільних грошових доходів в умовах повномасштабного вторгнення. Банки забезпечують перехід заощаджень населення у інвестиції через військові облігації, банк капіталізує те ж у програми підтримки підприємцям, які зосереджені на переміщення виробничих потужностей у безпечні регіони з прифронтових територій. Ця функція у період нестабільності послаблюється та нівелюється, бо люди бояться нести гроші в банки, думаючи, що гроші зникнуть. Але наша держава надає 100% гарантування вкладів фізичних осіб та ФОП під час дії воєнного стану, тим самим забезпечуючи базову довіру до банківської системи [2].

Функція заміщення дійсних грошей кредитними операціями. Завдяки розвитку цифрових кредитних платформ та мобільних застосунків, банківська система забезпечила безперервний доступ до коштів, а особливо це важливо для східних регіонів. Заміщення грошового обігу електронними кредитними

зобов'язаннями забезпечує безперервність транзакційних операцій в умовах воєнного стану.

Сучасні структурні зміни у сфері банківського кредитування показують глибоку адаптацію фінансового інституту до викликів воєнного часу та нових стратегічних пріоритетів держави. Найбільш динамічним стало кредитування малого та середнього бізнесу, обсяги якого для інвестиційних цілей зросли на 50% у 2025 році порівняно з попереднім періодом. Цей тренд підкріплюється ефективністю державних програм підтримки, зокрема програми «5-7-9» [2]. Функціонування цього інструменту базується на поєднанні часткової компенсації відсоткових ставок та наданні державних гарантій на портфельній основі, що суттєво мінімізує кредитні ризики для банківських установ.

Отже, активізація банківського кредитування у воєнних умовах є складним багатовекторним процесом, що вимагає застосування комплексу інноваційних підходів та механізмів, які враховують специфічні геополітичні ризики та системні виклики сучасного періоду.

Список використаних джерел

1. М.І. Савлук, Ф.М. Мороз, І.М. Лазепко, М.Ф. Пуховкіна, І.В.Шамова, І.В. Краснова, Н.Г. Заболотна, О.Ф. Брегеда. Гроші та кредит. Київ : КНЕУ, 2016. 744 с.
2. Тимошенко, М. В. Банківське кредитування в сучасних умовах. URL: <file:///C:/Users/Ira/Downloads/5948-Текст%20статті-5864-2-10-20250529.pdf> (дата звернення 02.04.2026).

Дронек Іван

Наукова керівниця – доц. Маханець Л.Л.

ІНДИКАТОРИ ОЦІНЮВАННЯ БОРГОВОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Боргова безпека посідає важливе місце у структурі фінансової безпеки держави та є невід'ємною частиною її економічної безпеки загалом. Вона характеризує такий

рівень внутрішньої і зовнішньої заборгованості, за якого держава може виконувати свої ключові соціально-економічні функції без загрози для суверенітету та стабільності фінансової системи. В умовах сучасних викликів, а особливо під час війни, проблема боргової безпеки України набуває особливої актуальності.

Оцінка боргової безпеки має важливе значення для своєчасного виявлення загроз у сфері державних фінансів і формування обґрунтованої боргової політики. Вона розглядається як один із ключових елементів фінансової безпеки поряд із бюджетною, валютною та грошово-кредитною складовими. Аналіз цього напрямку дає змогу встановити, наскільки рівень державного боргу відповідає економічному потенціалу країни.

У нинішніх економічних реаліях важливо оцінювати не тільки загальну суму державної заборгованості, а й співвідношення її складових. Аналіз свідчить, що в Україні у структурі державного та гарантованого державою боргу домінує зовнішня заборгованість. Її питома вага становить 64,12% у загальному обсязі боргових зобов'язань. Станом на кінець 2022 року зовнішні зобов'язання формували 62,59% державного боргу та 80,07% боргу, гарантованого державою [1]. Такий розподіл боргового навантаження вказує на суттєву орієнтацію країни на зовнішні фінансові ресурси, що, своєю чергою, посилює вразливість фінансової системи до змін валютного курсу, ускладнень у бюджетній сфері та впливу зовнішньополітичних ризиків.

Оцінка змін у борговій сфері протягом 2019–2024 років демонструє помітне зростання навантаження на державні фінанси. За цей період сукупний обсяг державного і гарантованого державою боргу зріс більш ніж на 174%. Вирішальний внесок у таку динаміку забезпечило

збільшення державного боргу на 193,37%, тоді як гарантований державою борг зріс на 36,2% [1].

За умов воєнного стану боргову безпеку України слід розглядати не лише через призму обсягу державного боргу, а й з урахуванням його структури, вартості обслуговування та можливостей держави зберігати фінансову стабільність у кризових обставинах. Значна частка зовнішніх запозичень у структурі боргу посилює залежність від міжнародної фінансової допомоги й підвищує вразливість економіки до зовнішніх потрясінь.

Для зміцнення боргової безпеки України доцільно вдосконалити нормативно-правові засади залучення державних запозичень, розширити систему індикаторів оцінювання і забезпечити регулярний аналіз відповідних показників з метою оперативного реагування на дестабілізуючі чинники. Водночас особливе значення має використання відносних показників, які дають змогу зіставляти боргове навантаження з реальними можливостями національної економіки. Саме такий підхід забезпечує більш об'єктивне визначення меж боргової стійкості держави та дає можливість своєчасно виявляти небезпечні тенденції.

Список використаних джерел

Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>.

Дудяк Оксана

Науковий керівник – доц. Ткач Є. В.

РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ У ПРИЙНЯТТІ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

Психологічні фактори завжди відігравали важливу роль у прийнятті економічних рішень, оскільки поведінка суб'єктів

часто є нерациональною. Це обумовлюється впливом когнітивних, конативних, афективних, контекстуальних та соціальних чинників [1].

Розуміння ролі цих факторів є важливим для передбачення, планування, оцінки та аналізу патернів людської поведінки.

Інформаційна асиметрія є одним із факторів, які впливають на прийняття рішень. Вона показує, що поведінка людей залежить від кількості та достовірності отриманої інформації, а також сприйняття отриманої інформації.

Ключова ідея для підтримки існування інформаційної асиметрії – теорія Г. Саймона [2], яка стверджує, що люди обмежені в можливості обробки інформації, а також в часі та доступі до неї, тому часто обирають не найвигідніше, а «достатньо добре» рішення.

Важливими також є когнітивні упередження, які можуть викривляти процес мислення. Прикладом цього є ефект якоря [3], продовжуючи попередній приклад, можна додати, що такі акції часто супроводжуються видимими цінниками «до» і «після», які чітко підкреслюють «вигоду» від покупки, що і створює цей ефект, зосереджуючи на першій отриманій інформації, тобто ціні «до».

Евристика доступності [4] також є однією із ідей, вона показує, що суб'єкти оцінюють ймовірність події або важливість інформації через призму власного досвіду, тобто щось що привертало увагу, було яскраве, емоційне або що часто повторювалося. Прикладом цього може бути зростання попиту на інвестиції серед населення через поширення історій успіху, а також наративу про отримання «швидких грошей».

Емоції також значною мірою впливають на рішення, як приклад, можна навести теорію перспектив Д. Канемана та А. Тверські. Вона показує, що люди переоцінюють втрати і недооцінюють виграші – явище називається аверсія до втрат [5].

Проявом контекстуальних чинників є ефект фреймінгу. Він полягає в поданні інформації і як це впливає на прийняття рішення. Однакові варіанти сприймаються по-різному, залежно від того, подаються вони як виграш чи як можливість втрат.

Наприклад, коли інвестиція має 60% шансу окупитися, цю інформацію можна подати як: «Інвестиція має 60% шансу на прибуток» або «Інвестиція має 40% ризику втрати». В цьому випадку люди будуть схильні вибирати перше формулювання більше, адже воно подає інформацію як виграш.

Отже, для прийняття максимально вигідних, логічних та раціональних економічних рішень потрібно також брати до уваги психологічні фактори, вплив яких повністю усунути не можна, проте можна упевнитися що їхній вплив не призведе до ірраціональних рішень.

Список використаних джерел

1. Kahneman D. *Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics*. 2002. URL: <https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/kahnemann-lecture.pdf> (дата звернення: 26.03.2026).
2. Simon, H. A. A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*. 1955. URL: <https://www.jstor.org/stable/1884852> (дата звернення: 26.03.2026).
3. Tversky, A., Kahneman, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*. 1974. URL: <https://science.sciencemag.org/content/185/4157/1124> (дата звернення: 26.03.2026).
4. Tversky, A., Kahneman, D. Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability. 1973. URL: <https://people.umass.edu/biep540w/pdf/Tversky%20availability.pdf> (дата звернення: 27.03.2026).
5. Kahneman, D., Tversky, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 1979. URL: <https://www.jstor.org/stable/1914185> (дата звернення: 28.03.2026).

Дума Ірина

Наукова керівниця – доц. Ярошенко О.І.

НЕЙРОМЕРЕЖЕВЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ЦІН ТА ІНТЕРАКТИВНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ НЕРУХОМОСТІ ЗАСОБАМИ R

Ринок нерухомості є однією з найбільш динамічних і складних економічних систем, що формується під одночасним впливом макроекономічних, соціальних, демографічних та інституційних чинників. Традиційні методи аналізу, зокрема лінійна регресія та моделі часових рядів, часто є недостатніми для опису нелінійних залежностей між ціноутворювальними факторами. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають методи машинного навчання, передусім нейронні мережі, здатні виявляти приховані закономірності у великих масивах різномірних даних [1].

Апробацію нейромережових методів здійснено на прикладі ринку житлової нерухомості міста Чернівці. На основі зібраних статистичних даних щодо угод купівлі-продажу квартир у трьох районах міста (Шевченківський, Першотравневий, Садгірський) за жовтень 2025 – березень 2026 року побудовано прогнозну модель цін з використанням мови програмування R. Для цього застосовано архітектуру багатошарового перцептронну (MLP) – нейромережового методу, що завдяки властивості універсальної апроксимації набув широкого застосування у задачах регресії.

Структура мережі включає 6 вхідних нейронів (місяць, район, тип будівлі, кількість кімнат, загальна площа, поверх), 3 нейрони у прихованому шарі та 1 вихідний нейрон – ціна за квадратний метр. Оскільки вхідні дані містять якісні ознаки, їх попередньо кодовано числовими значеннями, що дозволило уніфікувати вхідний простір моделі. Навчання реалізовано засобами пакета caret із застосуванням методу випадкового лісу та 10-кратної перехресної перевірки, що у сукупності забезпечує стійкість моделі до перенавчання.

Точність прогнозової моделі оцінювалась за формулою:

=

$$\frac{Actual - Forecast}{Forecast} \times 100\%.$$

За результатами тестування на вибірці шостого місяця отримано такі показники якості: середня абсолютна помилка (MAE) – 41,98 дол./кв. м; середня відсоткова помилка ($\bar{D}$) – 4,77%; максимальна відсоткова помилка ($D_{\max}$) – 26,85%. Прогнозні значення цін для об'єктів різних районів і типів будівель склали

від 785 до 1000 дол./кв. м, що відповідає ринковим діапазнам цін у місті Чернівці. Отримані метрики підтверджують прийнятну точність моделі для задач короткострокового прогнозування.

Для забезпечення наочності результатів та практичного застосування розробленої моделі створено інтерактивний додаток засобами пакету R Shiny. Додаток дозволяє завантажувати файл формату .xlsx із координатами та характеристиками об'єктів нерухомості, після чого автоматично відображає їх у вигляді маркерів на інтерактивній карті міста. При натисканні на маркер користувач отримує спливаюче вікно з інформацією про район, вулицю та ціну за квадратний метр. Це робить інструмент доступним для широкого кола користувачів – ріелторів, інвесторів тощо.

Таким чином, поєднання нейромережевого моделювання та інтерактивної візуалізації у середовищі R забезпечує комплексний підхід до аналізу ринку нерухомості. Розроблена система дозволяє не лише прогнозувати ціни на житло з середньою похибкою до 5%, але й забезпечує просторовий аналіз даних у зручному графічному форматі. Перспективою подальших досліджень є розширення навчальної вибірки, включення додаткових макроекономічних індикаторів, а також застосування складніших архітектур нейронних мереж, таких як рекурентні мережі LSTM, що можуть ефективніше враховувати часову залежність у динаміці цін.

Список використаних джерел

Hyndman R. J., Athanasopoulos G. Forecasting: Principles and Practice. Melbourne: OTexts, 2021. 442 с. URL: <https://otexts.com/fpp3/>

Дутчак Катерина

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

За сучасних умов розвитку економіки фінансова стабільність банківського сектору набуває особливого значення. Вона

визначає спроможність банків ефективно функціонувати, виконувати свої зобов'язання та протистояти впливу зовнішніх і внутрішніх загроз. Одним із головних факторів, що впливають на фінансову стійкість банків, є процес цифровізації, який трансформує традиційні підходи до ведення банківської справи.

Цифровізація банківської роботи сприяє зростанню ефективності функціонування фінансових установ завдяки автоматизації операцій, зменшенню витрат та розширенню спектра послуг. Впровадження інноваційних технологій, таких як мобільний банкінг, дистанційне обслуговування та аналітика даних, дозволяє банкам швидше пристосовуватись до змін ринкового середовища та підвищувати якість обслуговування клієнтів [1]. Водночас цифрова трансформація впливає на структуру ризиків банківської діяльності. Зокрема, посилюється значення кіберризиків, пов'язаних із захистом інформації та безпекою фінансових операцій. Окрім того, банки змушені спрямовувати значні ресурси на модернізацію ІТ-інфраструктури, що може тимчасово знижувати їхню прибутковість і фінансову стійкість [2].

Важливим аспектом забезпечення фінансової стійкості є ефективне управління ресурсами та ризиками. Застосування сучасних цифрових інструментів дає змогу банкам здійснювати більш точний аналіз фінансових показників, передбачати можливі загрози та вчасно реагувати на зміни економічного середовища [1].

У контексті сучасних викликів, зокрема економічної нестабільності та воєнного стану в Україні, цифровізація стає важливим фактором підтримки неперервності банківської роботи. Вона дає змогу забезпечити доступ клієнтів до фінансових послуг незалежно від зовнішніх умов, що є надзвичайно значущим для стабільності фінансової системи [2].

Цифровізація також суттєво впливає на конкурентне середовище банківського сектору. З появою фінтех-компаній банки змушені переглядати свої бізнес-моделі, орієнтуючись на швидкість, зручність та персоналізацію сервісів. Це стимулює розвиток інноваційних пропозицій та підвищення якості

обслуговування клієнтів, що позитивно впливає на їхню фінансову стійкість [1].

Важливу роль у зміцненні стабільності банків відіграє розвиток електронних каналів обслуговування. Онлайн-банкінг, мобільні додатки та безконтактні платежі дозволяють значно розширити клієнтську базу та підвищити рівень доступності фінансових сервісів [2]. Окрім того, цифрові технології надають нові можливості для управління ризиками. Застосування штучного інтелекту та аналітики даних дозволяє виявляти потенційні загрози на ранніх етапах, оцінювати платоспроможність клієнтів та запобігати фінансовим втратам. Це підвищує рівень надійності банківських установ та зміцнює їх фінансову стійкість [1].

Не менш важливим є питання регуляторного забезпечення цифровізації банківської діяльності. Державні органи повинні створювати умови для безпечного впровадження інновацій, водночас забезпечуючи захист прав споживачів фінансових послуг. Ефективна регуляторна політика сприяє стабільності банківської системи та мінімізації загроз [2].

Отже, фінансова стійкість банківського сектору в умовах цифровізації є наслідком поєднання ефективного управління, впровадження інновацій та мінімізації ризиків.

Список використаних джерел

- каченко, О. Вплив цифровізації на трансформацію банківського сектору. Вісник економіки. 2024. №4. С. 105–121.
- ергелюк, Ю., Ганцяк, М., Фомов, Д. Цифрова трансформація банківської системи: глобальні орієнтири для України. Фінанси України. 2025. № 3. С.45–57.

Дячук Вадим

Наукова керівниця – доц. Маханець Л.Л.

ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ САЛЬДО ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Зовнішньоекономічна торгівля є важливою складовою розвитку національної економіки, оскільки впливає на виробництво, зайнятість, валютні надходження та інтеграцію держави у світовий економічний простір. В умовах глобалізації, нестабільності міжнародних ринків і воєнних викликів для України особливої актуальності набуває дослідження динаміки експорту, імпорту та сальдо зовнішньої торгівлі.

Зовнішня торгівля України характеризується низкою специфічних рис. Насамперед, вона значною мірою залежить від експорту сировинної продукції, зокрема зернових культур, олійних рослин, чорних металів і продукції первинної переробки. Така структура формує вразливість до коливань світових цін, змін кон'юнктури зовнішніх ринків і логістичних обмежень. Водночас вагоме значення для країни мають імпортні поставки енергоресурсів, техніки, обладнання та товарів промислового призначення.

У ході дослідження проаналізовано динаміку зовнішньої торгівлі України та встановлено, що протягом досліджуваного періоду сальдо зовнішньоторговельного балансу залишалося від'ємним, що свідчить про переважання імпорту над експортом. Разом із цим простежується зростання зовнішньоторговельного обороту в докризові роки, однак у 2020 році спостерігався спад, спричинений пандемією COVID-19, а у 2022 році – ще різкіше погіршення показників через повномасштабне вторгнення, втрату частини виробничого потенціалу, порушення логістичних ланцюгів та обмеження морського експорту.

Для дослідження взаємозв'язку між основними макроекономічними показниками використано економіко-математичне моделювання. На основі статистичних даних щодо номінального ВВП, експорту та імпорту товарів і послуг України Результативною ознакою обрано номінальний ВВП, а факторними змінними – експорт та імпорт товарів і послуг. Отримані результати підтвердили наявність тісного зв'язку між досліджуваними показниками.

$$Y = 0,81E_x - 1,54I_m - 281054,86$$

де Y – номінальний ВВП, Ex – експорт товарів і послуг, Im – імпорт товарів і послуг.

Якість побудованої моделі є високою: коефіцієнт детермінації становить 0,9783, тобто 97,83% варіації номінального ВВП пояснюється змінами експорту та імпорту. Це свідчить про високу пояснювальну здатність моделі та її практичну придатність для аналізу економічних процесів. Також встановлено, що між ВВП та експортом існує тісний прямий зв'язок, тоді як між ВВП та імпортом – тісний обернений зв'язок. Зокрема, зростання імпорту на 1 млн грн зумовлює зменшення валового внутрішнього продукту на 1,5423 млн грн, що відображає негативний вплив надмірної імпортозалежності на національну економіку.

Використання трендових моделей, регресійного аналізу та сценарного підходу дає змогу не лише виявити основні закономірності змін зовнішньоторговельних показників, а й сформувати можливі варіанти їх розвитку залежно від внутрішніх і зовнішніх умов.

Отже, результати дослідження дають підстави стверджувати, що зовнішня торгівля України потребує структурної трансформації, зменшення сировинної залежності, розвитку експорту продукції з вищою доданою вартістю та посилення стійкості до зовнішніх шоків. Побудована економіко-математична модель може бути використана як аналітичний інструмент для оцінювання впливу зовнішньоторговельних процесів на макроекономічний розвиток та для обґрунтування рішень у сфері державної економічної політики.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Зовнішня торгівля України.

Жетарюк Оксана

Наукова керівниця – доц. Маханець Л.Л.

МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ ВІД ОСНОВНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

Фінансова система держави є складним механізмом, ефективність якого значною мірою визначається бюджетною політикою. Однією з ключових характеристик її стабільності виступає бюджетний дефіцит, що відображає дисбаланс між доходами та видатками та впливає на макроекономічну рівновагу, тому дослідження факторів формування дефіциту набуває особливої актуальності.

Бюджетний дефіцит формується під впливом комплексу взаємопов'язаних макроекономічних факторів. Його динаміка тісно пов'язана з такими показниками, як валовий внутрішній продукт (ВВП) та державний борг, які відображають загальний стан економіки та ефективність фіскальної політики. Аналіз цих взаємозв'язків дозволяє оцінити фінансовий стан країни та виявити потенційні ризики.

Для дослідження залежності бюджетного дефіциту від макроекономічних факторів використано економіко-математичне моделювання, зокрема багатофакторну регресійну модель. Результативною ознакою обрано обсяг бюджетного дефіциту, а факторними змінними – ВВП і державний борг [1-3]. Побудована модель має вигляд:

$$Y = -20014 - 0,2GDP + 0,4D,$$

де Y – дефіцит бюджету, GDP – валовий внутрішній продукт, D – державний борг.

Якість моделі є високою: коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,8676$, що означає, що 86,76% варіації дефіциту пояснюється включеними факторами. Значення F -критерію (88,49) перевищує критичне (3,35), що підтверджує статистичну значущість моделі. Коефіцієнти регресії також є значущими, що свідчить про адекватність моделі.

Аналіз моделі дозволив встановити такі закономірності. Зростання ВВП сприяє зменшенню бюджетного дефіциту: при збільшенні ВВП на 1 млн грн дефіцит скорочується в середньому на 0,2 млн грн. Натомість зростання державного боргу призводить до збільшення дефіциту: при підвищенні боргу на 1 млн грн дефіцит зростає на 0,4 млн грн.

Водночас слід зазначити, що на формування бюджетного дефіциту впливають також інші фактори, які не були включені до моделі, зокрема рівень податкового навантаження, структура державних видатків, валютні коливання та політична стабільність.

Крім того, перспективним напрямом подальших досліджень є використання динамічних моделей та методів прогнозування, які дозволять оцінити майбутні тенденції зміни бюджетного дефіциту. Застосування часових рядів і сценарного аналізу сприятиме формуванню більш обґрунтованих управлінських рішень у сфері бюджетної політики. Однак можна стверджувати, що ВВП виступає фактором стримування бюджетного дефіциту, тоді як державний борг посилює дисбаланс бюджетної системи. Це підтверджує наявність взаємозв'язку між макроекономічними показниками та станом бюджетної рівноваги.

Побудована економіко-математична модель дозволяє кількісно оцінити вплив ключових факторів на бюджетний дефіцит та може бути використана для обґрунтування управлінських рішень. Її застосування сприяє підвищенню ефективності бюджетної політики та своєчасному виявленню економічних ризиків.

Список використаних джерел

1. Валовий внутрішній продукт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_ric/vvp_u.html
2. Державний борг України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov>
3. Виконання державного бюджету України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov>

Іфтімічук Христина

Наукова керівниця – доц. Косташ Т.В.

СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ТА ДОКУМЕНТУВАННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Інтеграція України у світовий економічний простір зумовлює об'єктивну необхідність адаптації національної системи бухгалтерського обліку до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності. Аналізуючи стан впровадження міжнародних стандартів, А.А. Костякова акцентує увагу на докорінній відмінності облікових парадигм: якщо МСФЗ орієнтовані на систему принципів, то НП(С)БО – на жорстку регламентацію правил [1]. Це створює бар'єри для адаптивності обліку в динамічному середовищі. Як слушно зазначають Б.А. Засадний та Д.О. Чубук, ключова колізія полягає у пріоритетах: міжнародна практика базується на економічній сутності операцій, тоді як вітчизняна – на їхній юридичній формі (наявності документа) [2]. Такий розрив суттєво обмежує прозорість фінансових показників для зовнішніх інвесторів.

Сучасний бухгалтерський облік в Україні під впливом глобалізації та впровадження МСФЗ поступово відходить від жорсткої прив'язки до первинного документа як єдиного тригера для відображення операції. На перший план виходить принцип превалювання сутності над формою.

Для великих та середніх підприємств ритейлу та дистриб'юції критичним питанням є часовий розрив між фізичним отриманням товару чи послуги та надходженням належним чином оформлених документів від контрагентів. Тож постає проблема «документарного фетишизму», оскільки традиційна вітчизняна практика часто ігнорує визнання витрат до моменту отримання паперового акта. Проте МСБО вимагають відображати операцію в періоді її здійснення. Та сама історична собівартість (фактична ціна придбання на дату надходження документа) в умовах інфляції та нестабільності ринку втрачає свою актуальність. Підприємства, керуючись МСБО, повинні орієнтуватись на справедливую вартість.

Особливої ваги для підприємств набуває впровадження практики самоактування. Використання внутрішнього одностороннього документа дозволяє підприємству відійти від застарілої моделі «обліку паперів» до моделі «обліку економічних подій», де оцінка активу за справедливою вартістю

стає пріоритетною над очікуванням документально підтвердженої історичної собівартості.

Враховуючи положення Законопроекту №14023 [3], ключова ідея якого – легітимізація одностороннього складання первинного документа виконавцем, якщо замовник ухиляється від підписання або не висуває претензій у встановлений строк, пропонується закріпити механізм «самоактування» в Наказі про облікову політику та в договорах з контрагентами. Оскільки історична собівартість у момент отримання товару без документа може бути невідомою, рекомендується впровадити алгоритм оцінки за ціною аналогічних закупівель або за ціною, зазначеною у специфікаціях до договорів.

Система Електронного документообігу та внутрішніх регламентів самостійного виписування «самоакту» дозволяє мінімізувати вплив затримок від постачальників. Це забезпечує перехід від ретроспективного обліку «за фактом документа» до перспективного управління вартістю активів. Впровадження механізму самодокументування є критичним кроком у цифровій трансформації фінансового контролю.

Список використаних джерел

1. Костякова, А. А. Звітність без кордонів: українські реалії в контексті МСФЗ. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74. С. 189-202.
2. Засадний, Б. А., Чубук, Д. О. Відмінності концептуальної основи фінансової звітності за МСФЗ та НП(С)БО. *Молодий вчений*. 2023. № 2 (114). С. 97-101.
3. Проект Закону про внесення зміни до статті 9 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо спрощення оформлення первинних документів з надання послуг від 08.09.2025 р. № 14023. URL : <https://itd.rada.gov.ua/billinfo/Bills/Card/57288>

Карпіцька Юліана

Наукова керівниця – асист. Ковальчук Н.О.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ОЦІНКА СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ В УМОВАХ ВОЄННИХ РИЗИКІВ

У сучасних умовах функціонування економіки України особливої актуальності набуває проблема забезпечення фінансової безпеки підприємств. Повномасштабна війна, інфляційні процеси, високий рівень економічної невизначеності та обмежений доступ до фінансових ресурсів істотно впливають на діяльність суб'єктів господарювання. У таких умовах важливим фактором стабільного функціонування підприємств виступає ефективно сформована структура капіталу, яка визначає рівень фінансової стійкості та здатність підприємств адаптуватися до кризових змін економічного середовища.

Структура капіталу відображає співвідношення між власними та позиковими джерелами фінансування діяльності підприємства та значною мірою визначає рівень фінансової незалежності, платоспроможності й інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. Власний капітал є основою фінансової незалежності підприємства, оскільки формує внутрішні джерела фінансування та забезпечує автономію у прийнятті управлінських рішень, тоді як позиковий капітал дає можливість залучати додаткові ресурси для розвитку, однак надмірна залежність від нього підвищує фінансові ризики. Раціональне поєднання власного і позикового капіталу дозволяє мінімізувати ризики та забезпечити стабільність діяльності підприємств.

Аналіз структури капіталу підприємств України свідчить про наявність певних диспропорцій у формуванні джерел фінансування. Зокрема, у 2024 році частка власного капіталу у загальній структурі фінансових ресурсів становила 41,1%, частка довгострокових зобов'язань – 19,1%, тоді як частка поточних зобов'язань досягала 39,8%.

Таке співвідношення свідчить про відносно збалансовану структуру капіталу, проте водночас демонструє значну залежність підприємств від короткострокових джерел фінансування. Недостатня частка власного капіталу є негативною характеристикою з точки зору фінансової безпеки, оскільки вона забезпечує низький рівень фінансової автономії підприємств та призводить до зменшення їх інвестиційної привабливості. Дефіцит власних фінансових ресурсів не дозволяє підприємствам

ефективно реагувати на економічні виклики та підтримувати стабільність діяльності.

Значна частка поточних зобов'язань свідчить про поширення короткострокової моделі фінансування діяльності підприємств, що підвищує ризик ліквідності. Підприємства змушені забезпечувати достатній рівень грошових коштів для своєчасного виконання своїх зобов'язань. Частка довгострокових зобов'язань становить 19,1%, що є відносно невисоким показником для забезпечення стратегічного розвитку. Таким чином, структура капіталу підприємств України характеризується переважанням короткострокових зобов'язань та недостатнім рівнем довгострокового фінансування, що підвищує їх фінансову вразливість. У зв'язку з цим важливим завданням є оптимізація структури капіталу підприємств з метою підвищення рівня їх фінансової безпеки.

Отже, структура капіталу виступає важливим індикатором фінансової безпеки підприємств. Формування оптимального співвідношення між власними та позиковими джерелами фінансування дозволить підвищити фінансову стійкість підприємств, зміцнити їх платоспроможність та забезпечити стабільний розвиток в умовах сучасних економічних викликів.

Список використаних джерел

1. Макаренко, Ю. П., Клименко, Д. О. Формування оптимальної структури капіталу з метою забезпечення фінансової стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2022. № 1. С. 45–49.
2. Державна служба статистики України. Кабінет респондента : офіційний вебсайт. URL: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення:

Кеніг Аліса

Наукова керівниця – проф. Зрибнєва І.П.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВІ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙНУ

У сучасних умовах логістика дедалі більше потребує швидкого, точного та узгодженого обміну даними між усіма

учасниками ланцюга постачання. У white paper UNECE наводить оцінку, за якою попит на перевезення до 2050 року зросте втричі, тоді як транспорт і логістика досі не забезпечують універсальних можливостей повного відстеження руху вантажів [1]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває впровадження цифрових рішень, здатних підвищити прозорість, надійність і керованість логістичних процесів. Однією з перспективних технологій у цьому напрямі є блокчейн, який розглядається як цифрова інфраструктура для безпечного обміну даними, підвищення простежуваності операцій і узгодженості взаємодії у межах логістичної мережі [2].

Суттєвою проблемою логістики є складність координації та інтеграції інформації між численними учасниками ланцюга постачання. Ще одним викликом є недостатня простежуваність руху товарів. У логістиці критично важливо швидко встановити походження продукції, маршрут її переміщення та поточний стан, проте на практиці це ускладнюється через розрізнені дані й відсутність наскрізного контролю. Окрім цього, зберігаються проблеми довіри, безпеки та ризику контрафакту, що особливо важливо для товарів, які потребують підтвердження оригінальності [2;3].

Цифрова трансформація логістичних систем на основі блокчейну дозволяє перейти від окремих баз даних до інтегрованого інформаційного середовища. Основним шляхом удосконалення процесів є створення єдиного розподіленого реєстру, у якому усі учасники ланцюга постачання мають доступ до однакової й актуальної інформації в режимі реального часу. У цьому випадку блокчейн виступає як спільний журнал записів, що забезпечує інформаційну відкритість, надійність і незмінність даних. Впровадження смартконтрактів, які за допомогою самовиконуваних алгоритмів автоматично верифікують умови доставки та здійснюють фінансові операції, вирішує проблему низької швидкості координації та мінімізує кількість помилок, спричинених людським фактором. Окрім цього, спрощує підтвердження автентичності продукції та знижує ризики обігу контрафакту. Додатковим вектором розвитку є інтеграція

блокчейну з автономними IoT-пристроями, що дає можливість автоматизувати збір даних про стан вантажу, зокрема температуру, геолокацію тощо. Такі рішення підвищують прозорість логістичного ланцюга, оскільки інформація записується безпосередньо в систему без стороннього втручання, а кожен етап переміщення фіксується в блокчейні без можливості видалення чи підробки записів [2;3].

Отже, використання блокчейну в логістичних процесах є перспективним напрямом, оскільки ця технологія створює умови для кращої взаємодії між учасниками ланцюга постачання, спрощує контроль за рухом товарів і сприяє зменшенню кількості помилок під час обміну даними. Проте, ефективність впровадження цієї технології в логістиці значною мірою залежить від того, наскільки учасники ланцюга постачання готові до спільної цифрової взаємодії та інтеграції своїх інформаційних систем.

Список використаних джерел

1. United Nations Economic Commission for Europe. White Paper on Integrated Track and Trace for Multimodal Transportation. Geneva: UNECE, 2022. 31 с. URL: <https://unece.org/trade/documents/2023/10/white-paper-integrated-track-and-trace-multimodal-transportation> (дата звернення: 13.03.2026).
 2. The implications of blockchain for logistics operations and sustainability / J. Aslam та ін. Journal of Innovation & Knowledge. 2024. Т. 9, № 4. Ст. 100611. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100611> (дата звернення: 13.03.2026).
- se of Blockchain-Based Smart Contracts in Logistics and Supply Chains / M. A. Alqarni та ін. Electronics. 2023. Т. 12, № 6. Ст. 1340. URL: <https://doi.org/10.3390/e12061340> (дата звернення: 13.03.2026).

Кіцул Каміла

Науковий керівник – доц. Кузь В.І.

«ПОДАТОК НА СОСА-COLA»: ФІСКАЛЬНИЙ, СОЦІАЛЬНИЙ ТА СТИМУЛЮЮЧИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ

Реформування податкової системи передбачає не тільки забезпечення реалізації податками фіскальної чи регулюючої функції, але й ефективне виконання за допомогою податкових інструментів соціальних завдань та стимулювання економічних процесів до позитивних змін. Систему оподаткування можна розглядати як засіб усунення деструктивних явищ щодо надмірного споживання цукру та зростання неінфекційних захворювань через впровадження податку на підсолоджені напої.

За даними Європейського регіонального звіту ВООЗ про ожиріння [1], 23,4% дітей віком від 5 до 9 років мають зайву вагу, а 9% хворіють на ожиріння; 20,1% дітей – від 10 до 19 років мають зайву вагу, 5,8% хворіють на ожиріння. Вирішення проблем «епідемії неінфекційних хвороб» за допомогою непрямого оподаткування виробництва та реалізації підсолоджених напоїв доведено дослідженнями [2; 3; 4]. Дослідниками встановлено, що споживачі реагують на зростання цін на підсолоджені напої, а виробники, з метою забезпечення зростання попиту та нівелювання впливу цінового фактора, намагаються зменшити вміст цукру при виробництві підсолоджених газованих напоїв. За оцінками ВООЗ, зростання вартості підсолоджених напоїв на 20% може запобігти ожирінню та діабету у 20% людей через зменшення їх споживання [5].

Низка країн, в яких адмініструється податок на підсолоджені напої, застосовують абсолютні (специфічні) ставки, значення яких різняться залежно від вмісту цукру в напої (Ірландія: 16,26€ за гектолітр для напоїв з вмістом цукру від 5-8 грамів на 100 мілілітрів, 24,39 €/гектолітр – понад 8 грам на 100 мілілітрів; Латвія: менше 8 грам на 100 мілілітрів – 7,4 €/гектолітр, понад 8 грам – 14,00 €/гектолітр; Франція: незалежно від вмісту цукру – 7,16 €/гектолітр; Польща: 0,5 злотих/літр – для напоїв з вмістом цукру до 0,5 грама на 100 мілілітрів, до 0,5 злотих/літр додатково 0,05 злотих/літр за кожний додатковий грам цукру) [6].

В Україні планується оподатковувати виробників та імпортерів напоїв з доданням цукру за специфічною податковою ставкою у розмірі 0,1 €/літр. Планові податкові надходження – від 5,1 до 7,8 млрд грн на рік. Очікується зменшення обсягу

споживання підсолоджених напоїв до 21% [6].

Отже, впровадження податку на підсолоджені напої забезпечує виконання не так фіскальної функції, як соціальної (зниження рівня захворюваності на ожиріння та діабет) і стимулюючої (пошук виробниками ефективних рішень щодо зменшення вмісту цукру в напоях зі збереженням попиту на них).

Список використаних джерел

1. WHO European Regional Obesity Report 2022. World Health Organization. URL: <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/e65ae612-3723-4df5-a0e3-639dcd9ef8/content>.
2. Sukartini, N.M., Purwono, R., Surjaningrum, E.R., Win, T., Wangge, G., Chrisnahutama, A., Husna, A., Handayani, T. Do tax and subsidy on unhealthy food induce consumer consumption for healthy food? Evidence from experiment in Surabaya, Indonesia. *Journal of Public Health Research*. 2023, Vol. 12(1), P. 1-8.
3. Zhao, F., Gidwani, R., Wang, M.C., Chen, L., Nianogo, R.A. Evaluation of the Soda Tax on Obesity and Diabetes in California: A Cost-Effectiveness Analysis. *MDM Policy & Practice*. 2025, Vol. 10(1), P. 1-12.
4. Asada, Y., Pipito, A.A., Chiqui, J.F., Taher, S., Powell, L.M. Oakland's Sugar-Sweetened Beverage Tax: Honoring the «Spirit» of the Ordinance Toward Equitable Implementation. *Health Equity*. 2021. Volume 5.1, P. 35-41.
5. Taxes on sugary drinks: Why do it? World Health Organization. URL: <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/e84be701-95fd-4676-a0b9-7f1bcef70242/content>.
6. Пояснювальна записка до проекту Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження акцизного податку на води, включаючи мінеральні та газовані, з додаванням цукру чи інших підсолоджувальних або ароматичних речовин. Законопроекти. Верховна Рада України. URL: <https://itd.rada.gov.ua/3de82c53-d6a8-40d2-93d6-d72339db79cb>.

Кніжницька Крістіна

Наукова керівниця – доц. Бабух І.Б.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ

Сучасний маркетинг активно інтегрує технології штучного інтелекту, що трансформує традиційні підходи до взаємодії з клієнтами, аналізу ринку та прийняття управлінських рішень. Штучний інтелект виступає не лише як інструмент автоматизації, а й як ключовий фактор підвищення ефективності маркетингової діяльності, забезпечуючи глибше розуміння поведінки споживачів і персоналізацію комунікацій.

Еволюція маркетингових підходів у контексті штучного інтелекту проявляється у переході від масового маркетингу до індивідуалізованого, орієнтованого на конкретного споживача. Завдяки алгоритмам машинного навчання й обробці великих даних компанії можуть аналізувати значні обсяги інформації про споживачів у режимі реального часу, прогнозувати їхні потреби, поведінкові моделі та купівельні наміри. Це створює основу для клієнтоцентричного підходу у маркетингу.

Сучасний маркетинг із застосуванням штучного інтелекту ставить споживача в центр взаємодії з брендом. Персоналізовані маркетингові стратегії враховують індивідуальні характеристики, інтереси та поведінкові особливості клієнтів. Використання чат-ботів, рекомендаційних систем і автоматизованих платформ комунікації підвищує якість обслуговування, скорочує час взаємодії та формує позитивний клієнтський досвід.

Дані, аналітичні моделі та цифрові платформи стають ключовими ресурсами маркетингу. Методологія маркетингових досліджень зазнає суттєвих змін під впливом штучного інтелекту – зростає значення інтеграції кількісних та якісних методів аналізу, автоматизації збору й обробки даних, а також застосування прогнозної аналітики і нейромаркетингових інструментів. Це дозволяє отримувати більш точні результати досліджень і підвищує ефективність маркетингових стратегій.

Системний та адаптивний підходи набувають особливої актуальності в умовах цифрової трансформації та зростання конкуренції. Штучний інтелект дозволяє маркетинговим системам швидко реагувати на зміни ринку, оптимізувати рекламні кампанії у реальному часі та підвищувати гнучкість управління. Водночас важливо враховувати етичні аспекти

використання штучного інтелекту, такі як конфіденційність даних, прозорість алгоритмів і довіра споживачів.

Сучасні виклики, включно з цифровою трансформацією економіки, зростанням обсягів інформації та зміною поведінки споживачів, підкреслюють необхідність інтеграції інноваційних технологій у маркетинг. Використання штучного інтелекту стає передумовою для забезпечення конкурентних переваг, підвищення ефективності бізнес-процесів і досягнення стратегічних цілей підприємств. Водночас подальший розвиток технологій штучного інтелекту сприятиме ще глибшій інтеграції маркетингових інструментів із бізнес-процесами підприємств. Це відкриває нові можливості для створення інноваційних продуктів і підвищення рівня взаємодії з клієнтами на основі прогнозної аналітики. У перспективі штучний інтелект стане невід'ємною складовою стратегічного управління маркетингом, визначаючи його ефективність і конкурентоспроможність.

Отже, впровадження штучного інтелекту формує нову концепцію управління взаємодією з клієнтами, що базується на глибокому аналізі даних, персоналізації й автоматизації процесів. Це створює основу для інноваційної маркетингової парадигми, здатної забезпечити ефективне функціонування підприємств у сучасному цифровому середовищі.

Список використаних джерел

упрієнко, К. С., Ткачук, М. В., Онофрійчук, І. В. Штучний інтелект як драйвер персоналізації у цифровому маркетингу: ризики та перспективи.

А

влуб, В. Використання штучного інтелекту для підвищення ефективності маркетингової стратегії у сфері електронної комерції. *Development Service*

у

а

л

ь

н

і

п

и

т

а

н

н

н

я

Кобивник Вікторія

Наукова керівниця – доц. Гордіца Тетяна

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ МУЗЕЇВ: НОВИЙ ТРЕНД ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ ТА ВИКЛИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ

У сучасних умовах посиленої конкуренції в культурному секторі та стрімкого розвитку цифрових технологій музеї змушені переглядати традиційні підходи до маркетингової діяльності. Цифрова комунікація, активна онлайн-присутність та соціальна взаємодія з аудиторією стають ключовими чинниками підвищення їхньої привабливості, впізнаваності та відвідуваності. Особливої актуальності ці процеси набули внаслідок масштабної цифрової трансформації культурної сфери, яка значно посилилася після пандемічних обмежень і змусила музейні установи швидко адаптуватися до нових умов.

Традиційно музеї орієнтувалися на фізичну присутність відвідувачів, однак сучасні реалії зумовили необхідність активного переходу до цифрового середовища. Це передбачає не лише використання нових каналів комунікації, але й переосмислення ролі музею в суспільстві. У таких умовах маркетинг перестає бути лише інструментом просування і перетворюється на засіб формування довготривалої взаємодії з різними категоріями аудиторії. Сучасний відвідувач очікує швидкого доступу до інформації, інтерактивності, персоналізації та можливості бути залученим до діяльності інституції навіть поза її фізичними межами.

Це спричинило формування нових моделей комунікації, які базуються на використанні цифрового контенту, соціальних мереж, аналітики поведінки користувачів та персоналізованих підходів до взаємодії. У такому контексті цифровий маркетинг виступає важливим інструментом не лише інформування, а й створення емоційного зв'язку з аудиторією.

Ступінь дослідженості проблеми свідчить про зростання наукового інтересу до питань цифрової трансформації музеїв. Зокрема, дослідження зарубіжних науковців Буня О.-І., Попеску Р.-І. та їх співавторів демонструє, що активна онлайн-присутність музею, регулярне оновлення контенту та взаємодія з користувачами сприяють підвищенню відвідуваності та формуванню довгострокової лояльності аудиторії. Автори доводять, що: «...сильна онлайн-присутність музею позитивно впливає на частоту відвідувань фізичних музеїв, посилюючи

онлайн-залучення та сприяючи науковим дослідженням та освіті за допомогою різних технологій цифрового доступу та відображення» [1]. Такий підхід свідчить, що цифрова комунікація повинна бути не лише інформативною, а й такою, що стимулює інтерес, емоційне залучення та відчуття приналежності до спільноти.

Водночас зарубіжний науковець Ніколау П. розглядає цифрову трансформацію музеїв як комплексний і багатовимірний процес, що охоплює технологічні, організаційні, управлінські та навіть етичні аспекти. Проте він зазначає: «...працюючи в цьому контексті, музеї, здається, переходять до цифрової трансформації, що призводить до безперервного циклу впровадження та відмови від технологій, не враховуючи впливу цієї практики» [2]. Отже, традиційні організаційні структури музейних установ часто не відповідають вимогам цифрового середовища, що ускладнює розробку та реалізацію ефективної маркетингової стратегії. Впродовж цього, дослідник також акцентує увагу на труднощах впровадження цифрових інновацій, серед яких особливе місце займають обмежені фінансові ресурси, недостатній рівень технічної інфраструктури та дефіцит кваліфікованих кадрів.

Список використаних джерел

u
n
e
a 2. N

0

k

o

I

a

В

u

p

Р

s

c

М

В

s

e

h

m

Кобизєв Ірина

Наукова керівниця – проф. Григорків М.В.

ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК: АНАЛІЗ ГЕНДЕРНОГО РОЗРИВУ В ОПЛАТІ ПРАЦІ З ВИКОРИСТАННЯМ ФІКТИВНИХ ЗМІННИХ

Актуальність досліджень у сфері економетрики визначається потребою у побудові моделей, які можуть адекватно описувати

кореляційно-регресійні залежності між соціально-економічними змінними. Хоча класична регресія оперує кількісними змінними, включення якісних характеристик (наприклад, стать, регіон тощо) є необхідним для уникнення зміщення оцінок. Якщо якісні змінні не враховані, їхній вплив залишається у випадковій складовій, що призводить до невірної специфікації моделі.

Мета дослідження полягає у демонстрації методологічного інструментарію фіктивних змінних для кількісного оцінювання впливу якісних факторів та застосуванні його для аналізу дискримінації на ринку праці.

Отже, для включення якісних характеристик в економетричний аналіз використовують фіктивні (двійкові) змінні. Якщо модель включає як кількісні, так і якісні регресори, вона класифікується як модель коваріаційного аналізу

У дослідженні залежності заробітної плати (Y) від стажу (X) та статі (Z) було використано ANCOVA-модель, що дозволяє контролювати вплив стажу під час чистого гендерного ефекту. На основі даних таблиці 1 було побудовано модель та здійснено її аналіз за допомогою пакета MS Excel.

Отримана модель має вигляд:

$$\hat{Y} = 15420,7 + 682,17 \cdot X + 3343,42 \cdot Z.$$

Середнє значення $\hat{Y}$ заробітної плати у групі жінок становить близько 19 400 грн, тоді як у групі чоловіків цей показник становить 23 600 грн. Кореляційний аналіз показує тісний прямий зв'язок між стажем роботи та зарплатою, що підтверджує правильність включення стажу у дану модель.

Таблиця 1

№	Зарплата (Y),	Стаж (X),	Стать (Z) (0-жін, 1-

З побудованої моделі можна зробити такі висновки: 1) Оскільки $b_0 = 15420,7$, то ця величина є теоретичною початковою зарплатою для жінки з нульовим стажем роботи. 2) Коефіцієнт при змінній стажу $b_1 = 682,17$ показує граничну віддачу від досвіду роботи. З кожним додатковим роком стажу заробітна плата працівника зростає у середньому на 680 грн, незалежно від статті. 3) Коефіцієнт при фіктивній змінній $b_2 = 3343,42$ відображає ситуацію, коли при однаковому рівні кваліфікації (стажу) чоловіки отримують надбавку в розмірі 3343 грн. Це свідчить про наявність статистично значущої різниці в оплаті праці на користь чоловіків. Також цей факт свідчить про гендерну нерівність в оплаті праці між чоловіками та жінками [1, 2].

Список використаних джерел

1. Григорків, В.С. Економетрика : Лінійні моделі парної та множинної регресії: навчальний посібник. Чернівці : ЧНУ, 2009. 224 с.
ержавна служба статистики: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Козлан Катерина

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

В умовах децентралізації та воєнних викликів територіальні громади дедалі більше орієнтуються на власну економічну базу як ключове джерело фінансової спроможності. За підсумками

2024 року загальний обсяг доходів місцевих бюджетів України становив 709,1 млрд грн, з яких 441,1 млрд грн, або близько 62%, припадало на податкові надходження. Найбільшу частку забезпечував податок на доходи фізичних осіб — 257,5 млрд грн, тоді як єдиний податок сформував 69,1 млрд грн. Водночас обсяг офіційних трансфертів із державного бюджету становив 218,9 млрд грн, що свідчить про збереження залежності громад від централізованого фінансування. Це підтверджує, що саме бізнес виступає ключовим чинником формування доходної бази місцевих бюджетів [1].

Разом із тим, взаємодія бізнесу та територіальних громад відбувається в умовах посилення фіскального навантаження та обмеженості інвестиційних ресурсів. У межах співпраці України з Міжнародним валютним фондом значна увага приділяється забезпеченню фіскальної стійкості, що передбачає розширення податкової бази та підвищення ефективності адміністрування податків. Це може впливати на умови діяльності бізнесу, зокрема малого, який є основою економіки більшості територіальних громад. Водночас, за оцінками Organisation for Economic Co-operation and Development, однією з ключових проблем економіки України залишається низький рівень приватних інвестицій, що обмежує можливості розвитку громад і їх фінансову самостійність [2].

У цих умовах бізнес виступає не лише джерелом податкових надходжень, а й активним учасником економічного розвитку територій. Підприємства забезпечують зайнятість населення, формують попит на місцеві ресурси та сприяють розвитку інфраструктури. Важливим напрямом є реалізація державно-приватного партнерства, яке дозволяє поєднати фінансові ресурси громади та бізнесу для реалізації інвестиційних проєктів, модернізації інфраструктури та відновлення територій.

Фінансові можливості такої взаємодії полягають у залученні приватних інвестицій, розвитку малого і середнього підприємництва, використанні грантових програм і місцевих ініціатив. Водночас ефективність партнерства значною мірою залежить від інституційного середовища, зокрема стабільності

податкової політики, прозорості управління фінансами та рівня довіри між бізнесом і органами місцевого самоврядування.

В умовах децентралізації та воєнної економіки саме бізнес виступає базовим чинником формування фінансової спроможності територіальних громад. Його роль виходить за межі забезпечення податкових надходжень і охоплює створення робочих місць, залучення інвестицій, підтримку інфраструктурних проєктів та формування економічної активності на місцевому рівні.

Фактично рівень розвитку підприємницького середовища прямо визначає можливості громад щодо самофінансування та зменшення залежності від міжбюджетних трансфертів. Підвищення ефективності взаємодії бізнесу та територіальних громад потребує не лише вдосконалення фінансових механізмів співпраці, а й формування стабільного, передбачуваного та інвестиційно привабливого середовища. За таких умов бізнес зможе повноцінно реалізувати свій потенціал як стратегічного партнера громад, забезпечуючи їх фінансову стійкість і соціально-економічний розвиток.

Список використаних джерел

аналіз виконання місцевих бюджетів за 2024 рік // Децентралізація. 2025. 24 берез. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/19387?page=3> (дата звернення: 21.03.2026).
(дата звернення: 15.03.2026).

Колодяжна Валерія

Наукова керівниця – проф. Зибарева О.В.

СУЧАСНІ HR-ТРЕНДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «НОВА ПОШТА»)

У сучасних умовах спостерігається формування нових концептуальних підходів до управління персоналом, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств. Зокрема, особливої уваги заслуговує той факт, що HR-практики в

управлінні бізнесом відображають трансформацію ролі персоналу з ресурсу на стратегічний актив компанії [1].

Однією з ключових тенденцій є цифровізація HR-процесів, що передбачає використання HRM-систем, аналітики даних та штучного інтелекту для підбору, оцінки та розвитку персоналу. Це дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень і зменшити вплив людського фактора. Так, у ТОВ «Нова Пошта» активно впроваджують цифрові платформи для оцінки ефективності співробітників і підбору персоналу, що допомагають забезпечувати відповідність його компетенцій вимогам бізнесу.

Важливим трендом є розвиток гнучких форм зайнятості, зокрема дистанційної та гібридної роботи. Після пандемії COVID-19 компанії активно впроваджують моделі, які дозволяють працівникам поєднувати роботу в офісі та вдома, що сприяє підвищенню продуктивності та задоволеності персоналу. У цьому контексті зростає значення управління результатами, а не процесами. ТОВ «Нова Пошта» застосовує гнучкі графіки роботи для адміністративного персоналу, одночасно зберігаючи ефективність операційної діяльності.

Ще одним напрямом є фокус на employee experience (досвіді працівника), що охоплює всі етапи взаємодії співробітника з компанією – від рекрутингу до звільнення. Компанії інвестують у створення позитивного робочого середовища, розвиток корпоративної культури та підвищення рівня залученості персоналу. ТОВ «Нова Пошта» регулярно проводить опитування задоволеності працівників, організовує корпоративні заходи та навчальні програми, що підвищує залученість команди.

Суттєвим трендом є розвиток безперервного навчання та рескілінгу. У зв'язку зі швидкими технологічними змінами підприємства змушені оновлювати компетенції працівників, впроваджуючи корпоративні навчальні платформи та програми розвитку. «Нова Пошта» створила таку платформу для навчання у межах політики «LEAN-ДНК», де персонал може освоювати нові навички, необхідні для роботи на різних посадах [2].

Також зростає увага до питань добробуту працівників, включаючи ментальне здоров'я, баланс між роботою та особистим життям, а також створення безпечного і підтримуючого робочого середовища. ТОВ «Нова Пошта» впроваджує програми підтримки психологічного здоров'я та спортивні активності для персоналу [3]. Окремо варто відзначити тренд на «diversity & inclusion» (різноманіття та інклюзію), який спрямований на забезпечення рівних можливостей для персоналу незалежно від статі працівника, його віку чи інших індивідуальних характеристик. ТОВ «Нова Пошта» впроваджує ці принципи у межах «Політики рівних можливостей» [4]

Отже, сучасні HR-тренди свідчать про перехід до більш гнучкого, технологічного та людиноцентричного управління персоналом. Приклад ТОВ «Нова Пошта» демонструє, що впровадження сучасних HR-підходів реально покращує продуктивність, залученість та розвиток персоналу.

Список використаних джерел

1. Славкова, О. П. HR-тренди майбутнього: використання сучасних технологій. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 1. С. 277-281.
2. Звіт зі сталого розвитку ТОВ «Нова пошта» за 2024 рік. URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2024/

Т

Політика рівних можливостей ТОВ «Нова пошта». URL: https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/Polityka_rivnyh_mozhlyvoste_y.pdf

«

Комендат Марія

Н

Наукова керівниця – проф. Зрибнева І.П.

о

в

а

НЕТВОРКІНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС КАР'ЄРНОГО ЗРОСТАННЯ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ

п

о У сучасних умовах швидких змін на ринку праці нетворкінг перетворився з другорядного соціального інструменту на стратегічно важливий фактор кар'єрного успіху маркетолога. За оцінками експертів, 70-80% вакансій у сфері маркетингу заповнюються не через відкриті оголошення, а через

-

і

н

в

рекомендації професійних контактів, що робить навички побудови мережі зв'язків критично важливими для студентів-початківців, які потребують доступу до закритої інформації про тренди, проекти та можливості стажування.

Для українських маркетологів нетворкінг має особливе значення в умовах обмеженого доступу до великих гравців ринку та необхідності пошуку локальних партнерств. Дослідження підтверджують: якість контактів важливіша за їх кількість – 20-30 міцних професійних зв'язків ефективніші за тисячі поверхневих знайомств у соціальних мережах.

Стратегічний нетворкінг передбачає чітке визначення цілей та цільової аудиторії контактів. Маркетологу-початківцю необхідно скласти персоналізований список пріоритетних осіб: керівники digital-агентств, аналітики даних, product-маркетологи провідних українських компаній, рекрутери великих гравців ринку. Важливо визначити, яку конкретну цінність можна запропонувати кожному з них – аналізи трендів, кейси практичних завдань, ідеї контент-стратегій чи експертні думки.

Ключовим принципом ефективного нетворкінгу є перехід від випадкових знайомств до системної та цілеспрямованої взаємодії. У процесі професійної комунікації, зокрема під час ділових заходів і в онлайн-середовищі, доцільно застосовувати техніку активного слухання, що передбачає використання відкритих аналітичних запитань замість формальних шаблонних формулювань. Зокрема, орієнтація на обговорення актуальних професійних викликів і практичних аспектів діяльності сприяє встановленню довірливого контакту, позиціонуванню співрозмовника як експерта та створює передумови для змістовного діалогу.

Важливим етапом розвитку професійних зв'язків є своєчасна подальша комунікація після первинного знайомства. Надсилання персоналізованих повідомлень із посиланням на попередню взаємодію та наданням додаткової цінності сприяє формуванню довготривалих професійних відносин. Водночас принцип взаємовигідності виступає основою стійких зв'язків, адже готовність до обміну знаннями та корисними матеріалами без

очікування негайної віддачі підвищує рівень довіри та поступово трансформує окремі контакти у стратегічне партнерство.

Оптимальна структура нетворкінгу включає три взаємопов'язані канали: офлайн-події (бізнес-сніданки, галузеві конференції), онлайн-платформи (LinkedIn, Telegram-чати) та власний контент (щомісячні пости про маркетингові дослідження). Рекомендований ритм: одне якісне знайомство на тиждень через LinkedIn, три коментарі думок лідерів галузі, відвідування одного офлайн-заходу на місяць з фіксацією трьох пріоритетних контактів.

Отже, нетворкінг у сучасному маркетингу – це не випадкові знайомства, а системна стратегія побудови професійної екосистеми. Чітке визначення цілей, якість взаємодії, регулярна подальша комунікація та принцип взаємної вигоди створюють мережу, яка забезпечує доступ до закритих можливостей, рекомендацій та партнерств. Нетворкінг стає невід'ємною складовою професійної ідентичності маркетолога, перетворюючи теоретичні знання на кар'єрні результати.

Список використаних джерел

1. Нетворкінг в Україні: Секрети Ефективного Зв'язкування. URL: <https://galaktica.io/blog/networking-tse> (дата звернення: 16.03.2026).
2. Джогола, А. Нетворкінг: 9 порад, як побудувати свою професійну мережу. URL: <https://cases.media/article/networking-9-porad-yak-pobuduvati-svoyu-profesiinu-merezhu> (дата звернення: 16.03.2026).

Конійчук Роман

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ФІНАНСОВА СПРОМОЖНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФОП В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ФІСКАЛЬНОЇ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ

В умовах воєнного стану та трансформації системи публічних фінансів фінансова спроможність територіальних громад набуває ключового значення, оскільки саме місцеві бюджети забезпечують фінансування базових публічних послуг і підтримку економічної стійкості територій. За даними МФУ, у 2025 році до загального фонду місцевих бюджетів надійшло близько 514 млрд грн, що на 63 млрд грн більше порівняно з 2024 роком. При цьому основними джерелами доходів залишаються ПДФО – понад 300 млрд грн та єдиний податок – 76,4 млрд грн, що підтверджує визначальну роль малого бізнесу у формуванні фінансової бази громад [1]. Водночас сучасна фіскальна політика держави орієнтована на забезпечення бюджетної збалансованості через розширення податкової бази, зокрема шляхом реформування спрощеної системи оподаткування та розширення застосування ПДВ. У таких умовах виникає системна суперечність між необхідністю збільшення доходів державного бюджету та збереженням локальної економічної активності. Підвищення податкового навантаження на ФОП, які є ключовими платниками місцевих податків, створює ризики скорочення підприємницької діяльності, переходу частини суб'єктів у тіньовий сектор або припинення їх функціонування. Це особливо критично для територіальних громад, фінансова спроможність яких безпосередньо залежить від стабільності малого бізнесу.

Додатковим фактором є посилення міжрегіональних диспропорцій, що пов'язані з релокацією бізнесу та нерівномірною безпековою ситуацією. Як свідчать аналітичні матеріали порталу «Децентралізація», попри зростання номінальних доходів місцевих бюджетів, зберігається тенденція до централізації фінансових ресурсів і підвищення залежності громад від державних трансфертів [2].

У поєднанні з потенційним скороченням кількості активних ФОП це формує ризик звуження податкової бази на місцевому рівні.

Отже, ефективна фіскальна політика повинна базуватися на принципі збалансованості, поєднуючи потребу наповнення бюджету із збереженням умов для розвитку малого бізнесу. Саме

підтримка локальної економічної активності є ключовою передумовою фінансової стійкості територіальних громад та їх здатності до самостійного розвитку. Для забезпечення фіскальної збалансованості та збереження локальної економічної активності необхідна збалансована податкова політика. Ключовим є збереження стабільних і передбачуваних умов для ФОП, оскільки часті зміни правил стимулюють скорочення діяльності або тінізацію бізнесу. Водночас підвищення податкового навантаження має здійснюватися поступово, з урахуванням можливостей малого бізнесу, щоб уникнути звуження податкової бази. Важливим напрямом є стимулювання легальної підприємницької діяльності через доступ до фінансування, грантові програми та місцеву підтримку бізнесу. Паралельно необхідно зберігати зацікавленість громад у розвитку підприємництва шляхом зміцнення їхньої власної дохідної бази. Ефективна модель передбачає поєднання помірною податкового навантаження, стабільності правил та підтримки малого бізнесу як основи фінансової спроможності територіальних громад.

Список використаних джерел

інфін: за 2025 рік до загального фонду місцевих бюджетів надійшло 514 м
ходи місцевих бюджетів у 2025 році зросли на 14 % // Децентралізація.
р
д

Кочерган Карина

Науковий керівник – доц. Юрій Едуард

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Банківська система є чи не найважливішим учасником фінансового ринку країни. Її ефективне функціонування – запорука розвитку реального сектору економіки й економічної стабільності.

Повномасштабна військова агресія змусила банківський сектор України оперативним змінити стратегічний напрямок з

акценту на розвиток і розширення до збереження капіталу та забезпечення стабільності операційних процесів. У перші місяці дії воєнного стану основними викликами стали втрата активів у районах під окупацією та значне збільшення кредитних ризиків, що вимагало створення значних резервів.

Проте завдяки своєчасним заходам НБУ та високій цифровізації банківських послуг, система не лише зберегла свою стійкість, а й адаптувалася до нових умов, переходячи до етапу помірного зростання. У таких умовах головними джерелами доходів стали високоліквідні активи з мінімальним рівнем ризику.

Українська банківська система наразі перебуває під впливом багатьох шоківих явищ, основним з яких є війна та її прямі й непрямі наслідки.

Сучасна структура доходів банків змінилася: замість традиційного кредитування фінансові установи тепер заробляють переважно на безризикових інструментах (деPOSITNІ сертифікати НБУ та ОВДП). Це дозволяє їм накопичити «подушку безпеки» для покриття майбутніх збитків від проблемних кредитів (NPL), спричинених війною та економічною нестабільністю.

У перші місяці дії воєнного стану основними викликами стали втрата активів та значне збільшення кредитних ризиків, що вимагало створення значних резервів [1]. У зв'язку з цим спостерігалось зменшення дохідних та витратних операцій банківських установ (рис. 1), що є свідченням зменшення активності населення на фінансовому ринку [2]. Разом з тим, протягом подальших років ситуація з фінансовими показниками покращилася, що дозволило банкам перевершити довоєнні показники прибутковості.

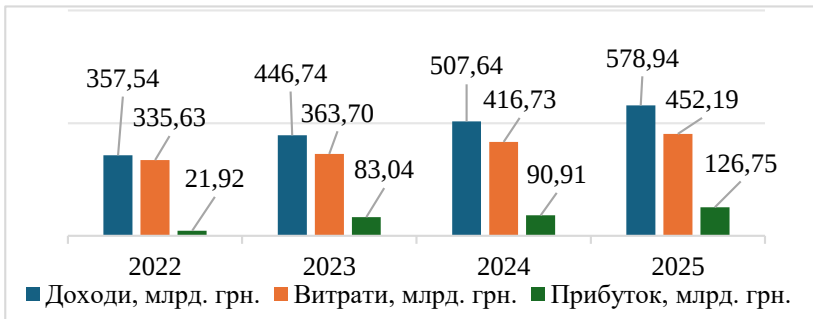


Рис.1. Показники банківської діяльності України
за 2022 - 2025 роки

У 2022–2025 роках банківський сектор України успішно перейшов від кризового виживання до стабілізації. Після мінімальних прибутків 2022 року, спричинених формуванням резервів під воєнні ризики, банки, завдяки переходу на безризикові фінансові інструменти, відновили зростання доходів. Одночасно установам вдалося скоротити витрати за рахунок активної цифровізації та розбудови енергонезалежних мереж, що забезпечило безперебійну роботу і зберегло довіру клієнтів. Українська банківська система виявила виняткову стійкість, трансформувавши загрозу неплатоспроможності у період накопичення ліквідності. Очікується, що цей сформований ресурс стане надійною базою для фінансування проєктів економічного відновлення та забезпечення загальної фінансової стабільності держави.

Список використаних джерел

З

Н Національний банк України URL: [http:// www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua)

і

Кравець Софія

т

Наукова керівниця – доц. Абрамова А.С.

ПОДАТКУВАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ – НОВІ РЕАЛІЇ ТА ВИКЛИКИ

ф

і

н

а

н

У березні 2026 року Міністерство фінансів оприлюднило на своєму офіційному сайті новий законопроект, який передбачає ключові податкові зобов'язання, погоджені в межах програми співпраці з Міжнародним валютним фондом.

Законопроект також враховує основні вимоги, визначені меморандумом з МВФ, зокрема щодо оподаткування цифрових платформ.

Оподаткування доходів від цифрових платформ не передбачає запровадження нового податку – лише буде зобов'язувати сплачувати податок на доходи від фізичних осіб і військовий збір. Відповідно до законопроекту для доходів, отриманих через цифрові програми, передбачається застосування зниженої ставки ПДФО у розмірі 5%, а разом із військовим збором загальне податкове навантаження становитиме близько

У зв'язку з цим на платформи покладаються виконання функцій податкових агентів. У свою чергу це приведе до таких викликів як:

- збільшення адміністративного навантаження;
- ризик втрати частини користувачів через посилення контролю;
- юридична відповідальність у разі виникнення неточностей даних;
- необхідність посилення захисту персональних даних;
- зростання обсягу звітності та посилення фіскального контролю.

Окрім визначених аспектів, труднощі можуть виникнути через різні рівні готовності електронних платформ до нових вимог. Міжнародні сервіси забезпечені ресурсами для швидкої адаптації, тоді як менші за обсягом платформи можуть зустрітися з обмеженими фінансовими можливостями.

Важливим викликом є й цифрова інфраструктура. Рівень автоматизації процесів обміну даними між платформами і контролюючими органами є одним з найголовніших аспектів у функціонуванні системи. У разі технічних збоїв або недостатньої інтеграції систем можливе ускладнення своєчасного та

коректного виконання податкових зобов'язань.

Також важливим питанням виступає й застосування нових вимог на практиці, адже відсутність чіткого алгоритму виконання процедур може призвести до різного трактування операцій, що спричинить правову невизначеність й конфлікти.

Таким чином, законопроект відображає зміну діючого підходу держави до оподаткування електронної торгівлі, тобто замість контролю за окремими платниками податків акцент переноситься на контроль через цифрові платформи. Це свідчить про прагнення держави адаптувати податкову систему до цифрової економіки, а також зменшити можливості у тінізації доходів.

Можна зробити висновок, що ефективність змін залежатиме від збалансованого їх впровадження, оскільки надмірний контроль спричинить зниження активності користувачів, тоді як помірне та продумане регулювання забезпечить як наповнення бюджету, так і розвиток цифрового бізнесу.

Список використаних джерел

роєкт Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та Закону України “Про банки і банківську діяльність” щодо впровадження міжнародного автоматичного обміну інформацією про доходи, отримані через цифрові платформи, оподаткування операцій електронної торгівлі та забезпечення рівності платників податків в

о
п
о
д
а
т
к
у
в
а
н
н
і

Кричун Анастасія

Наукова керівниця – к.е.н., доцент Вінничук О.Ю.

ПРОГНОЗУВАННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ НА ВВП УКРАЇНИ

п
о
д
а
т

Валовий внутрішній продукт (ВВП) є ключовим інтегральним індикатором, що відображає загальний стан економіки та її здатність до відновлення після шоків впливів [1]. Дослідження впливу зовнішньої торгівлі та коливань валютного курсу на ВВП дає змогу підвищити обґрунтованість бюджетного планування та оцінювання майбутніх економічних ризиків.

Метою роботи є побудова моделі, що відображає взаємозв'язок між ВВП, обсягами експорту та валютним курсом, а також формування сценарних прогнозів на 2026 рік.

Інформаційною базою дослідження є статистичні дані Світового банку за період 2000-2025 рр. [2]. У моделі використано такі змінні: Y – валовий внутрішній продукт України (млрд дол. США) – залежна змінна; X_1 – обсяг експорту товарів і послуг (млрд дол. США) – незалежна змінна, що відображає рівень зовнішньоекономічної активності та валютних надходжень; X_2 – офіційний курс долара США (грн/дол. США) – незалежна змінна, яка виступає індикатором стану валютного ринку та впливає на оцінку макроекономічних показників.

З огляду на різну розмірність показників, було застосовано їх стандартизацію за допомогою Z-перетворення [3]. Результати аналізу свідчать про наявність тісного прямого зв'язку між ВВП та експортом ($R^2=0,843$), тоді як вплив валютного курсу є помірним ($R^2=0,507$). Побудована економетрична модель має вигляд: $Y^* = 0,7899 \cdot Z_1 + 0,4029 \cdot Z_2$.

У результаті проведеного дослідження підтверджено наявність статистично значущого впливу зовнішньоекономічних чинників на динаміку валового внутрішнього продукту України. Зокрема, встановлено, що обсяги експорту є визначальним фактором економічного зростання, тоді як вплив валютного курсу має другорядний, проте суттєвий характер.

Побудована економетрична модель продемонструвала високий рівень пояснювальної здатності та статистичної надійності, розроблені сценарні прогнози на 2026 рік засвідчили, що ключовим джерелом варіації ВВП залишається зовнішньоторговельна активність, а формування «прогнозного

коридору» дає можливість оцінити потенційні траєкторії розвитку економіки в умовах невизначеності (рис. 1).

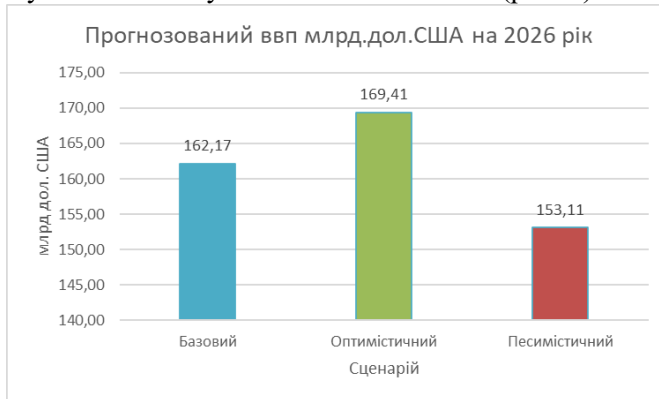


Рис. 1. Прогнозний коридор ВВП України до 2026 року

Прогнозоване зниження показників у 2026 році порівняно з піковим 2025 роком пояснюється завершенням ефекту швидкого відновлення та врахуванням воєнних ризиків. Пріоритетом для держави має залишитися підтримка експортних галузей як фундаменту стабільності ВВП.

Список використаних джерел

1. Валовий внутрішній продукт. С. І. Киреев. Енциклопедія Сучасної України. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2005. URL : <https://esu.com.ua/article-33001>
2. Сайт: World Bank Open Data:DataBank URL : <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
3. Економетрика : лаб. практикум. Ч. 1. Вид. 2-ге, перероб. та доп. / уклад. : В. С. Григорків, О. Ю. Вінничук. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2015. 96 с.

Кузик Каріна

Наукова керівниця – доц. Федишин М.П.

ПРИБУТКОВІСТЬ ДЕРЖАВНОГО БАНКУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

У сучасних умовах функціонування економіки України, що перебуває під впливом воєнних викликів та потребує масштабної післявоєнної відбудови, роль банківської системи суттєво трансформується. Особливого значення набувають державні банки. У цьому контексті прибутковість банківської діяльності не може розглядатися виключно як показник фінансової ефективності. Вона набуває стратегічного значення як джерело ресурсів для розширення кредитування реального сектору економіки, фінансування інфраструктурних проєктів, підтримки підприємницької діяльності та стає основою здатності держбанку забезпечувати економічне відновлення.

Ключовою умовою досягнення цієї мети є трансформація банківської моделі: від пасивно-депозитної до активної, орієнтованої на продуктивне кредитування, ефективне управління ресурсами та створення доданої вартості для економіки.

На основі аналізу діяльності АТ «Ощадбанк» [1] та сучасних тенденцій розвитку банківського сектору [2-3] в умовах війни, виокремлено ключові стратегічні резерви підвищення прибутковості в контексті посилення ролі держбанків у відновленні економіки України.

По-перше, важливим напрямом є розширення продуктивного кредитування, зокрема фінансування підприємств, інфраструктурних та енергетичних проєктів. Це забезпечує зростання процентних доходів банку та одночасно стимулює економічну активність.

По-друге, значний потенціал містить оптимізація витрат і підвищення операційної ефективності шляхом цифровізації та автоматизації бізнес-процесів. Це дозволяє зменшити операційні витрати та підвищити конкурентоспроможність банківських послуг.

По-третє, ключовим фактором є удосконалення системи управління кредитними ризиками, включаючи роботу з проблемними активами та вдосконалення моделей оцінки кредитного ризику. Це сприяє зниженню витрат на формування

резервів і підвищенню чистого фінансового результату.

По-четверте, актуальним є розвиток непроцентних джерел доходів, зокрема комісійних та сервісних, що дозволяє знизити залежність банку від процентної маржі та підвищити стабільність доходів.

По-п'яте, важливим резервом є залучення дешевших довгострокових ресурсів через співпрацю з міжнародними фінансовими організаціями, що сприяє зниженню вартості фінансування та розширенню кредитного потенціалу банку.

Окрім цього, до стратегічних напрямів належать оптимізація мережі відділень із переходом до гібридної digital-моделі, посилення капіталізації банку, ефективне управління ліквідністю, розвиток корпоративного сегмента клієнтів та активна участь у державно-приватних партнерствах у сфері відбудови. Отже, підвищення прибутковості державного банку є комплексним процесом, який поєднує внутрішні фактори ефективності та зовнішні можливості розвитку і є стратегічним ресурсом економічного розвитку, що забезпечує здатність банку фінансувати відбудову країни, підтримувати бізнес та сприяти довгостроковому економічному зростанню України.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк». URL: <https://www.oschadbank.ua/> (дата звернення: 27.03.2026)
2. Звіт про фінансову стабільність, грудень 2024. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-gruden-2024-roku> (дата звернення: 27.03.2026)
3. Огляд банківського сектору. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/banki-v-umovah-trivaloyi-viyni-zberegli-doviru-kliyentiv-visoku-operatsiynu-efektivnist-ta-pributkovist--oglyad-bankivskogo-sektoru> (дата звернення: 27.03.2026)

Кулик Катерина

Науковий керівник – доц. Запужляк В.М.

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНИХ ЦІННОСТЕЙ У КОНКУРЕНТНУ ПЕРЕВАГУ

Кризові умови ринку демонструють, що швидкість прийняття правильних рішень є критично важливою. Наприклад, згідно зі Звітом про глобальні ризики Всесвітнього економічного форуму (2026 рік), більшість світових лідерів очікує посилення макроекономічної «турбулентності», а також загострення проблеми соціальної поляризації [2]. Умовою для успішної реалізації стратегії стає здатність команд діяти автономно, спираючись на єдину ціннісну базу та високий рівень довіри.

Для сучасної організації важливо сформувати команду, яка функціонує на основі ефективно задіяного людського капіталу та здорової корпоративної культури. Завдяки цьому успішні підприємства досягають позитивного соціально-економічного ефекту та стійких конкурентних переваг. «Деякі особи заробляють більше, ніж інші, просто тому, що вони більше інвестують у себе», – зазначив економіст та нобелівський лауреат Гері Беккер (Gary Becker) [1, с. 153]. Виявлено, що інвестиції в людський капітал у формі освіти приносять більший прибуток та підвищують продуктивність підприємства. Відповідно, людський капітал варто розглядати як головний актив компанії.

Команда, що знає чіткий план дій, але може від нього дещо відходити для досягнення фінального результату без залучення мікроменеджменту, – ознака довіри лідера до персоналу. Разом з тим, ефективне делегування стає можливим лише там, де є спільні цінності. Підприємцю важливо наймати людей не лише за технічними навичками, але й з урахуванням їх відповідності системі цінностей підприємства.

Процес переходу від надмірного контролю до делегування не відбувається стихійно, а культура довіри потребує особливого середовища. Систематичні інвестиції в розвиток людського капіталу є фундаментом для створення такої атмосфери. Мова також йде про вміння керувати емоціями, адже емоційний інтелект має прямий вплив на корпоративну культуру.

Окремі індивіди можуть мати негативний вплив на формування певної моделі корпоративної культури через нерозуміння місії підприємства, неправильні комунікації, конфліктність, опортуністичну поведінку. З іншого боку, плинність кадрів,

емоційне вигорання, демотивація, зниження ефективності роботи є наслідками поганої атмосфери в колективі. Відома фраза П. Друкера «Культура їсть стратегію на сніданок» ідеально описує зв'язок між людським капіталом та стратегією.

Згідно з даними звітності компанії Microsoft, загальний її дохід за 2025 рік зріс на 15% (до 281,7 млрд доларів), операційний прибуток – на 17% (до 128,5 млрд доларів), а керівництво корпорації офіційно наголошує, що фундаментом зростання та успішного впровадження інновацій є оновлена корпоративна культура, побудована на довірі, автономії команд та філософії «мислення зростання» (growth mindset) [3].

Нова парадигма менеджменту диктує, що кошти, спрямовані на розвиток команди, людських ресурсів, вважаються найуспішнішою інвестицією в нематеріальний актив. Конкуренти можуть скопіювати продукт, стратегію, технологію виробництва, але їм не вдасться відтворити талановиту згуртовану команду, яка формує успіх підприємства. Трансформація фінансового капіталу в людський забезпечує компанії потенціал для унікальних стійких переваг на ринку, а позитивна корпоративна культура – можливості ці переваги реалізувати і зміцнити.

Список літератури

.

Купчук Олександра

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

ВІДНОВЛЕННЯ ТА РЕКОНСТРУКЦІЯ УКРАЇНИ

На сьогодні питання відновлення України набуває особливого значення, адже країна поступово переходить від етапу забезпечення базової стійкості до масштабної реконструкції. Руйнування критичної інфраструктури поставило перед державою складне завдання – не просто відбудувати втрачене, а зробити це швидко, ефективно та з урахуванням сучасних вимог. Очевидно, що власних фінансових ресурсів і навіть міжнародної

допомоги недостатньо, тому все більшої ваги набуває залучення приватного капіталу. Водночас інвестори не готові активно вкладати кошти без зрозумілих гарантій безпеки. Саме тому станом на 2026 рік актуальним є формування нових підходів до захисту інвестицій. Як зазначає дослідниця післявоєнного розвитку М. Репко: «Потрібно посилити залучення приватного сектору через схему страхування воєнних ризиків, щоб надати більшу перевагу ринковим механізмам» [1].

Попри важливість цього напрямку, існує ряд проблем, які стримують активне залучення інвесторів. Насамперед це високий рівень ризиків, що ускладнює прогнозування та планування інвестиційних проєктів. Також відчутною є недосконалість правової бази, яка не завжди гарантує належний захист вкладених коштів. До цього додаються складні бюрократичні процедури та недостатня прозорість реалізації проєктів, що знижує рівень довіри бізнесу до державних інституцій. Важливим стримуючим фактором є і відсутність ефективних механізмів страхування воєнних ризиків, що робить інвестування у відбудову критичної інфраструктури надто небезпечним.

Основний зміст питання полягає у необхідності впровадження інноваційних механізмів, які дозволять ефективно залучати приватний капітал навіть в умовах підвищених ризиків. До таких механізмів можна віднести створення спеціальних гарантійних інструментів за участю міжнародних фінансових організацій, розвиток страхування воєнних ризиків, а також удосконалення моделей державно-приватного партнерства. Важливим напрямом є також спрощення регуляторного середовища та запровадження стимулів для інвесторів, зокрема податкових пільг або преференцій для участі у відбудові критичної інфраструктури. Окрему роль відіграє цифровізація процесів управління проєктами, що може забезпечити більшу прозорість, контроль та підзвітність використання коштів. У цьому контексті В. Лях і А. Дерев'янка підкреслюють: «Доступ до достовірної та актуальної інформації також є життєво важливим. Багато потенційних інвесторів дивляться на Україну виключно крізь призму війни та ризику, залишаючись при цьому здебільшого не обізнаними про

швидкозмінний бізнес-клімат. Більша обізнаність про нещодавні зусилля щодо забезпечення прозорості, регуляторні реформи та історії успіху інвестицій у воєнний період в Україні підвищила б довіру та викликала б додатковий інтерес» [2]. Усе це свідчить про те, що інноваційність підходів полягає не лише у фінансових інструментах, але й у комплексному реформуванні взаємодії між державою, бізнесом та міжнародними партнерами.

Отже, залучення приватного капіталу до відбудови критичної інфраструктури є необхідною умовою для успішного відновлення України. Подальші перспективи залежать від того, наскільки ефективно держава зможе створити безпечне та зрозуміле середовище для інвесторів. У разі реалізації відповідних механізмів Україна матиме можливість не лише відновити зруйновані об'єкти, а й сформувати сучасну економіку, здатну до сталого розвитку та інтеграції у світовий простір.

Список використаних джерел

1. Репко, М. Financing Ukraine's Victory and Recovery: For the War and Beyond. 2022. URL: <https://sceeus.se/en/publications/financing-ukraines-victory-and-recovery-for-the-war-and-beyond/> (дата звернення 01.04.2026)
2. Лях, В., Дерев'янко, А. Wartime Ukraine must translate international attention into investment. 2025. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/wartime-ukraine-must-translate-international-attention-into-investment/?hl=uk-UA> (дата звернення 01.04.2026)

Куриш Анастасія

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

КРИПТОВАЛЮТИ ТА ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ: МОЖЛИВОСТІ, РИЗИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасних умовах цифровізації економіки криптовалюти поступово інтегруються у глобальну фінансову систему як новий клас активів. Поширення технології блокчейну і розвиток цифрових фінансових інструментів зумовлюють необхідність їх вивчення з позицій фінансової науки. Для майбутніх фахівців важливим є розуміння економічної природи криптовалют,

їхнього впливу на фінансові ринки та ролі у формуванні інвестиційних стратегій. У цьому контексті фінансова грамотність охоплює не лише традиційні інструменти, а й цифрові активи.

Водночас використання криптовалют супроводжується низкою проблем. Відсутність єдиного правового підходу ускладнює їх регулювання та створює ризики для інвесторів. Висока волатильність обмежує можливість використання як стабільного фінансового інструменту, а низький рівень фінансової грамотності сприяє фінансовим втратам і поширенню шахрайства. Додатковою проблемою є недостатня інтеграція криптовалют у систему державного регулювання, зокрема у сферах оподаткування та фінансового контролю.

Розвиток криптовалют як нового фінансового інструменту підтверджується їхнім стрімким поширенням у глобальній економіці та зростанням обсягів операцій із цифровими активами. За даними міжнародних фінансових інституцій, криптоактиви дедалі більше інтегруються у фінансову систему та потребують належного регуляторного супроводу [1]. Водночас криптовалюти виконують окремі функції фінансів, зокрема засобу інвестування та, частково, платіжного інструменту, що дозволяє розглядати їх у межах сучасних фінансових відносин.

З позиції інвестиційної діяльності криптовалюти дійсно створюють нові можливості для залучення капіталу та диверсифікації портфеля. Їх доступність, відсутність високого порогу входу та глобальний характер обігу сприяють залученню широкого кола інвесторів, у тому числі фізичних осіб. Проте твердження про їхню стабільність або функцію «захисного активу» не є однозначним. Емпіричні спостереження показують, що в умовах фінансових криз криптовалюти часто демонструють поведінку, подібну до ризикових активів, а не до традиційних інструментів збереження вартості.

Суттєвим аспектом є ризикова складова крипторинку. Висока волатильність, яка може проявлятися у значних коливаннях цін протягом короткого періоду, обумовлює підвищений рівень фінансової невизначеності.

Окремої уваги заслуговує питання фінансової грамотності, яка виступає ключовим фактором ефективного використання криптовалют. Дослідження національного рівня свідчать про те, що рівень цифрової та фінансової обізнаності населення залишається недостатнім, що підвищує ризики прийняття необґрунтованих фінансових рішень [2]. Це призводить до ігнорування базових принципів інвестування. У таких умовах фінансова грамотність повинна включати не лише базові знання про криптовалюту, а й навички управління ризиками та безпечної роботи з цифровими активами.

Перспективи розвитку криптовалют пов'язані з їх інтеграцією у фінансову систему та трансформацією традиційних фінансових інструментів через розвиток смарт-контрактів, DeFi та CBDC. Водночас ефективність цих процесів залежить від формування чіткої регуляторної політики та підвищення рівня фінансової культури населення.

Список використаних джерел

(дата звернення: 15.03.2026).

2

.

Лазарь Маріна

Наукова керівниця – доц. Романюк Н.В.

Д

о

с

л

і

д

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, що характеризується посиленням конкуренції, зміною поведінки споживачів та високим рівнем невизначеності, маркетингова стратегія стає ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності та довгострокового розвитку підприємств [1].

Маркетингова стратегія – це комплексний довгостроковий план дій підприємства, спрямований на досягнення маркетингових цілей шляхом задоволення потреб цільової аудиторії, створення стійких конкурентних переваг та ефективного використання ресурсів. Вона інтегрує всі елементи

в

о

ї

г

р

бізнесу: від аналізу ринку до просування товарів/послуг і моніторингу результатів [2].

На відміну від тактичних заходів, стратегія не має універсального шаблону. Її розробка та реалізація залежать від низки факторів: специфіки цільового ринку, динаміки розвитку підприємства, дій конкурентів, особливостей продукції, кадрових і виробничих можливостей, економічної ситуації, актуальних трендів [4]. Трансформація чинників зовнішнього середовища обумовлює необхідність безперервної адаптації маркетингової стратегії, оскільки релевантні в минулому конкурентні переваги в сучасних умовах можуть ініціювати стагнацію та нівелювати потенціал подальшого розвитку підприємства.

Ключова роль маркетингової стратегії полягає в забезпеченні життєздатності підприємства в умовах невизначеності. Основні її завдання включають:

- стратегічне планування – визначення довгострокових цілей, узгодження маркетингових рішень із загальною стратегією підприємства, проведення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища (PESTLE, SWOT);
- формування конкурентної переваги – розробка унікальної торгової пропозиції (УТП), диференціація продукту/послуги, підвищення конкурентоспроможності бренду;
- глибоке розуміння цільової аудиторії – вивчення потреб, болей, мотивацій та змін у вподобаннях споживачів за допомогою сучасних методів;
- ефективна реалізація маркетингової стратегії дозволяє підприємствам не лише утримувати позиції на ринку, але й забезпечувати стабільне зростання доходів, підвищення лояльності клієнтів та адаптацію до викликів [3].

Отже, у сучасних умовах успіх підприємства безпосередньо залежить від адаптивності його маркетингової стратегії. Впровадження стратегічно орієнтованого маркетингу дозволяє не лише оптимізувати поточну прибутковість, а й трансформувати ринкові виклики у точки капіталізації бренду. Крім того, формування цілісної екосистеми лояльності на базі гнучкої

стратегії забезпечує інституційну стійкість організації та її здатність до відновлення у періоди економічної дестабілізації.

Список використаних джерел

1. Ермошенко, М. М., Дончик, Р. В. Маркетингова стратегія як інструмент розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2025. № 3 (285). С. 35–42. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/03/3.25._topic_Mykola-Yermoshenko-Roman-Donchyk-35-42.pdf
2. Мартин, О. М. Основи маркетингу : навч. посіб. Львів : ЛДУ БЖД, 2015. 409 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053874.pdf>
3. Струк, Н. Р., Гомольська, В. В. Стратегічний маркетинг та маркетингове планування: ефективні підходи для довгострокового розвитку бізнесу. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 9. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/426/434>
4. Середа, Н. М. Сталий маркетинг у забезпеченні довготривалої конкурентоспроможності українського бізнесу: стратегічні підходи та поведінкові чинники впливу. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/download/587/595>

Ломовська Марія

Наукова керівниця – к.е.н., доцент Гавриш І.І.

ПРЕМІАЛЬНЕ СПОНСОРСТВО У СПОРТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЕЛІТНИХ БРЕНДІВ

Спонсорство у спорті є стратегічно важливим напрямом у сучасній комунікаційній політиці маркетингу, особливо для брендів преміум-сегмента. Суть такого спонсорства полягає в тому, що воно формує глибший емоційний зв'язок між брендом та споживачем, що відповідно підвищує рівень лояльності.

Компанії, які спонсорують елітні види спорту, здатні створювати унікальний досвід для своїх клієнтів та партнерів. Головна мета преміального спонсорства – підтвердити

приналежність бренду до світової еліти, що може стати визначальним фактором для прийняття рішення про покупку.

Науковці визначають такі механізми впливу спортивного спонсорства на позиціонування преміальних брендів :

- Ефект ореолу – психологічний прийом, який призводить до загального позитивного сприйняття бренду на основі однієї позитивної характеристики. Тобто перенесення атрибутів елітного спорту, таких як точність, витримка, на бренд-спонсор для створення відповідної атмосфери. Наприклад, статус офіційного хронометриста у великому тенісі сприяє підсвідомому відчуттю абсолютної точності годинника.

- Цільовий доступ до аудиторії (HNWI – особа з високим рівнем чистого капіталу) – залучення високоприбуткової аудиторії через VIP-ложі та зони гостинності на престижних турнірах. Створення такого середовища стає ефективною платформою для зміцнення B2B-комунікацій та нетворкінгу.

- Функціональна інтеграція – органічне позиціонування продукту в спортивній події без рекламного тиску для підвищення довіри та демонстрації якості в реальних екстремальних умовах.

- Капіталізація традицій та культурної спадщини – асоціація з видами спорту, що мають велику історію та суворі консервативні правила. Це дозволяє преміальним брендам підкреслювати свою позачасову цінність, стабільність та статус. Наприклад, співпраця французького дому Hermès із міжнародними змаганнями з кінного спорту, зокрема, організація власного престижного турніру Saut Hermès у Парижі. Таке спонсорство нагадує аудиторії про його автентичну спадщину, бездоганну майстерність та аристократичне коріння.

- Синхронізація з екологічними трендами та соціальна відповідальність – інтеграція преміальних брендів у спортивні події виступає інструментом трансляції етичності. Це дозволяє компаніям залучати нове покоління молодих заможних споживачів, для яких екологічна свідомість є невіддільною частиною поняття «люкс». Наприклад, партнерство швейцарського годинникового бренду TAG Heuer та преміального автовиробника Porsche з чемпіонатом світу з

перегонів на електромобілях Formula E. Завдяки цьому бренди демонструють підтримку швидкості, інновацій та технологій зниження викидів вуглецю.

Отже, преміальне спонсорство у спорті покращує сприйняття бренду та підвищує рівень довіри цільової аудиторії. Споживачі, які відчують цей емоційний зв'язок із брендом, частіше стають його лояльними клієнтами та рекомендують у своїх колах. Крім того, таке позиціонування формує сприйняття беззаперечної цінності товару, що дозволяє компаніям встановлювати та виправдовувати преміальні ціни на свої продукти. Спортивне спонсорство є потужним інструментом, що дозволяє люксовим брендам встановлювати глибокі зв'язки зі споживачами, підвищувати їхню лояльність та виділятися на тлі конкурентів.

Список використаних джерел

1. Ромат, Є. В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид. 2-е, перероб. та допов. Київ: Студцентр, 2024. 384 с.
2. Brand Finance. Luxury and premium sponsorship in sport: Reaching the wealthy to drive revenue. *Brand Finance*. 2025. URL: <https://brandfinance.com/insights/luxury-and-premium-sponsorship-in-sport-reaching-the-wealthy-to-drive-revenue>

Лукіянчук Анна

Наукова керівниця – доц. Бойда С. В.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ У ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В умовах повномасштабної війни соціальна відповідальність стає ключовим чинником, що формує концептуальні засади та практичні підходи до ухвалення управлінських рішень як на рівні державної політики, так і в межах корпоративного сектору. Вона перестає бути додатковим елементом діяльності та стає необхідною умовою функціонування підприємств. Війна змінює пріоритети управління, зміщуючи акцент із максимізації прибутку на забезпечення стійкості, безпеки та соціальної

підтримки, підсилюючи ключову роль соціальної відповідальності.

Згідно з сучасними дослідженнями, війна стала каталізатором розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Компанії адаптують свої стратегії до нових реалій, орієнтуючись на підтримку працівників, армії та населення. За результатами дослідження Європейської Бізнес Асоціації, 77% компаній продовжують працювати в Україні, попри війну, і приблизно стільки ж – 75% – ведуть діяльність у повному обсязі. При цьому 75% підприємств стикаються з дефіцитом кадрів, 56% бізнесів підтримують мобілізованих працівників [3].

Окремо варто відзначити трансформацію напрямів соціальної відповідальності. Якщо раніше корпоративна соціальна відповідальність була зосереджена на екології та іміджі, то під час війни основними напрямками стали: підтримка Збройних сил України, гуманітарна допомога, забезпечення безпеки працівників, збереження зайнятості. Наприклад, у 2024-2025 роках українські компанії активно фінансували гуманітарні ініціативи: лише окремі бізнеси на події «Підприємниць року 2025» в межах благодійного аукціону зібрали 3,7 млн дол. на підтримку гуманітарних та оборонних ініціатив [2].

У відповідь на нові реалії компанії впроваджують практики дистанційної роботи та підтримки ментального здоров'я, що стає новим стандартом управління персоналом. Наприклад, в умовах війни компанія «Нова Пошта» значно розширила програми підтримки своїх співробітників: вона забезпечує розширене медичне страхування та страхування життя для всіх працівників. Компанія також виділяє матеріальну допомогу мобілізованим працівникам та їхнім сім'ям. Водночас соціально відповідальні дії під час війни підвищують лояльність працівників і довіру суспільства до компанії [1].

Аналітичні звіти свідчать, що війна створює значний економічний тиск, який ускладнює реалізацію соціальних ініціатив. Зокрема, частка компаній, що інвестують у соціальні проекти, зменшилась з 65% у 2024 р. до 55% у 2026 р., а обсяг

таких інвестицій скоротився приблизно вдвічі. Це демонструє, що соціальна відповідальність залишається важливою [3].

Отже, у період війни соціальна відповідальність стає ключовою основою управлінських рішень, проявляючись у підтримці суспільства, адаптації бізнесу до кризових умов, турботі про працівників та взаємодії з державою. Сучасні дані свідчать, що навіть у складних умовах український бізнес орієнтується на соціальні цінності, що сприяє економічній стійкості та післявоєнному відновленню країни.

Список використаних джерел

1. Люди – головний актив: як бізнес підтримує своїх співробітників під час
2. Підприємець року 2025: український бізнес задонатив понад \$3,7 млн для підтримки армії та гуманітарних ініціатив. *Forbes Ukraine*. (дата звернення: 26.03.2026)
3. Три чверті компаній, опитаних ЕВА, продовжать працювати в Україні незалежно від тривалості війни. *Європейська бізнес-асоціація*.

Мазурик Іванна

Наукова керівниця – проф. Островська Н.С.

ДОЛАРИЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: СУТНІСТЬ, ЧИННИКИ ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

У сучасних умовах макроекономічної нестабільності проблема доларизації економіки є актуальною для України. Використання іноземної валюти, передусім долара США, у внутрішньому обігу свідчить про зниження довіри до національної валюти та наявність структурних дисбалансів грошово-кредитної системи.

Доларизація – це процес заміщення функцій національної валюти іноземною у ключових сферах економічних відносин, зокрема у сфері заощаджень, кредитування, ціноутворення та частково розрахунків. Вона відображає трансформацію поведінкових моделей економічних агентів, які, прагнучи мінімізувати фінансові ризики, віддають перевагу більш стабільним іноземним валютам. В Україні доларизація

проявляється переважно у депозитній і кредитній формах, а також у широкому використанні валютного еквівалента при формуванні цін.

Основними чинниками доларизації виступають макроекономічна нестабільність, високі темпи інфляції, девальваційні очікування, а також загальна вразливість фінансової системи. Вагомим фактором є низький рівень довіри економічних суб'єктів до банківського сектору та монетарної політики, яку реалізує НБУ, що знижує привабливість національної валюти як засобу заощадження. Додатково слід враховувати вплив зовнішніх економічних шоків, глобальних фінансових коливань та воєнних дій, які посилюють невизначеність і стимулюють попит на іноземну валюту.

У сукупності ці фактори формують стійкі передумови для поширення доларизації та ускладнюють реалізацію ефективної грошово-кредитної політики в країні. За оцінками Дернові, рівень доларизації економіки України у 2014–2024 рр. коливався в межах 23–33%, що свідчить про її стабільно високий рівень та чутливість до кризових явищ.

В умовах воєнного стану доларизація має тенденцію до зростання через підвищення невизначеності. Водночас важливим фактором стабілізації валютного ринку є міжнародні резерви. За підсумками 2025 року вони досягли 57,3 млрд дол. США [3], а станом на початок 2026 року становили близько 54,8 млрд дол. США, що забезпечує відносну валютну стабільність. [2]

Поряд із цим значними залишаються валютні інтервенції: у 2025 році чистий продаж іноземної валюти перевищив 36 млрд дол. США, що свідчить про активну роль центрального банку у підтримці валютного ринку.

Доларизація має подвійний вплив на економіку. З одного боку, вона виконує захисну функцію, сприяючи збереженню купівельної спроможності заощаджень. З іншого – обмежує ефективність монетарної політики, ускладнює контроль за грошовою масою та підвищує валютні ризики банківської системи.

Крім того, високий рівень доларизації стримує розвиток

внутрішнього фінансового ринку та посилює залежність економіки від зовнішніх факторів.

Отже, доларизація економіки України є наслідком макроекономічної нестабільності та кризових процесів. Її зниження можливе за умови забезпечення стабільності національної валюти, зниження інфляції та підвищення довіри до економічної політики держави.

Список використаних джерел

1. Дернова, І. Доларизація економіки України в умовах війни: статистична оцінка. Економіка та суспільство. – 2024
2. Міжнародні резерви становили 54,8 млрд дол. США за підсумками лютого. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/mijnarodni-rezervi-stanovili-548-mlrd-dol-ssha-za-pidsumkami-lyutogo>
3. Міжнародні резерви України зросли упродовж 2025 року на понад 30% до 57,3 млрд дол. США. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/mijnarodni-rezervi-ukrayini-zrosli-uprodovj-2025-roku-na-ponad-30-do-573-mlrd-dol-ssha>

Марамон Світлана

Наукова керівниця – асист. Юрій Т.П.

КРЕАТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БРЕНДУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

У сучасному світі бізнес має справу з викликами, спричиненими швидкими технологічними змінами та перенасиченістю інформаційного простору. Традиційні маркетингові методи, орієнтовані на масове охоплення, поступово втрачають ефективність. За даними досліджень Red Crow Marketing, сучасний споживач отримує від 4000 до 10000 рекламних повідомлень щодня, що формує стійку «рекламну сліпоту». У таких умовах креативність стає не просто естетичним додатком, а стратегічною необхідністю для виживання бренду на перенасиченому ринку.

Фундамент сучасних креативних стратегій закладений у працях Ф. Котлера (концепція Marketing 4.0 та 5.0), де наголошується на переході від суто цифрового маркетингу до «маркетингу з людським обличчям» [1]. Д. Аакер досліджує роль емоційного маркетингу у формуванні зв'язку з аудиторією через цифрові платформи [2]. Креативна стратегія сьогодні – це комплекс нестандартних підходів, що спрямовані на створення унікальної ідентичності бренду.

Одним із найбільш перспективних напрямів є використання імерсивних технологій (AR/VR/CGI). Доповнена реальність (AR) дозволяє брендам створювати інтерактивний досвід, який стимулює клієнтів купувати частіше. У 2024-2025 роках напрям CGI-відео (сюрреалістична комп'ютерна графіка), відомий як Fake Out of Home (FOOH), став революційним. Компанія Maybelline New York у 2024 році масштабувала свою кампанію з CGI-відео (сюрреалістична комп'ютерна графіка), де гігантські щіточки для туші «фарбували» її прямо на вагонах метро у Лондоні. Це викликало мільйони органічних поширень у соціальних мережах, демонструючи силу візуального креативу.

Гейміфікація та інтерактивність стали потужними інструментами залучення уваги. Глобальний ринок гейміфікації на початок 2025 року оцінювався у \$19,42 млрд, з прогнозом зростання до понад \$61 млрд до 2030 року [3]. Monobank продемонстрував найвищий рівень інтеграції гейміфікації: окрім системи «Нагород» та фірмового маскота-кота, банк реалізував унікальний проєкт «Полювання на лимони» [3]. Користувачі шукали цифрові іконки лимонів, приховані у різних розділах додатка, за що отримували шанси виграти цінні призи.

В умовах обмежених бюджетів, що є актуальним для українського бізнесу в стані війни, партизанський та емоційний маркетинг залишаються ключовими інструментами. Мета таких стратегій – створення максимального резонансу через нестандартні підходи. Компанія Airbnb у межах кампанії «Icons» відтворила реальний будинок з мультфільму «Вгору» (Up), який дійсно піднімався у повітря. Це приклад трансформації послуги оренди у продаж унікального життєвого досвіду. У 2026 році цей

тренд еволюціонував у «Treatonomics» (економіка маленьких насолод), де бренди створюють моменти радості як антидот економічній нестабільності.

Креативні стратегії є обов'язковою умовою збереження конкурентоспроможності. Майбутнє маркетингу належить брендам, які інтегрують штучний інтелект для глибокої персоналізації та використовують нестандартні формати комунікації (AR, CGI, віртуальні інфлюенсери).

Список використаних джерел

1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken : John Wiley & Sons, 2016. 208 p.
1. Aaker, J. L., Bagdonas, N. Humor, Seriously: Why Humor Is a Secret Weapon in Business and Life: And How Anyone Can Harness It. Even You. New York : Currency, 2021.
2. Гейміфікація у бізнесі: як залучити та втримати клієнтів за допомогою гри? Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/gejmifikaciya-u-biznesi/>

Мироняк Яна

Наукова керівниця – доц.Сокровольська Н.Я.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Функціонування публічних фінансів в умовах війни набуває особливого наукового значення з огляду на те, що саме фінансова система держави забезпечує безперервність виконання оборонної, соціальної, гуманітарної та управлінської функцій у ситуації тривалого воєнного навантаження. За таких умов бюджетна політика втрачає переважно інструментальний характер і перетворюється на базовий механізм збереження інституційної спроможності держави, підтримання макрофінансової стабільності та гарантування мінімально необхідного рівня публічних послуг. Дані МФУ свідчать, що у 2025 році видатки загального фонду державного бюджету на безпеку і оборону становили 2,67 трлн грн, або 63,8 % усіх видатків загального фонду, що підтверджує глибоку зміну

бюджетних пріоритетів та концентрацію фінансових ресурсів на забезпеченні національної безпеки [1].

Водночас науковий інтерес до цієї теми зумовлений не лише масштабністю воєнних видатків, а й необхідністю осмислення тих ризиків, які супроводжують функціонування публічних фінансів у кризовому середовищі. Йдеться передусім про структурний дефіцит бюджету, залежність від зовнішнього фінансування, зростання боргового навантаження, потребу в одночасному фінансуванні оборони та соціальної сфери, а також про необхідність збереження цінової і загальної макрофінансової стабільності. Міжнародний валютний фонд наголошує, що своєчасне та повне надходження зовнішньої підтримки залишається необхідною умовою макроекономічної стабільності, тоді як відновлення фіскальної та боргової стійкості пов'язується з мобілізацією внутрішніх доходів, поліпшенням інвестиційного середовища та завершенням боргової стратегії [2]. Це дає підстави розглядати функціонування публічних фінансів у воєнний період як комплексну наукову проблему, що охоплює бюджетні, податкові, боргові та інституційні аспекти й безпосередньо впливає на можливості держави не лише протистояти поточним викликам, а й формувати фінансові передумови для повоєнного відновлення [1; 2].

В умовах воєнного стану функціонування публічних фінансів України зазнає глибокої трансформації. Концентрація бюджетних ресурсів на секторі безпеки і оборони, хронічний дефіцит бюджету, зростання державного боргу та залежність від міжнародної допомоги формують кризово-орієнтовану модель публічних фінансів, яка супроводжується накопиченням структурних дисбалансів і ризиками для повоєнного відновлення.

За таких умов пріоритетним є формування збалансованої фіскальної політики, спрямованої на поєднання короткострокових потреб воєнного часу з довгостроковими цілями розвитку. Доцільним є посилення дохідної бази бюджету через підвищення ефективності податкового адміністрування та детінізацію економіки, а також оптимізація бюджетних видатків на засадах пріоритетності та результативності. Важливого значення набуває забезпечення прозорості використання бюджетних коштів, зокрема міжнародної допомоги.

Ключовим напрямом залишається реалізація виваженої

боргової політики, орієнтованої на зниження боргових ризиків і розвиток внутрішнього ринку державних цінних паперів. У стратегічному вимірі необхідним є формування моделі повоєнної фінансової консолідації, що передбачає поступове скорочення дефіциту бюджету та відновлення економічного потенціалу держави.

Список використаних джерел

Міністерство фінансів України. Мінфін: видатки загального фонду

Д

е

р

ж

б

ю

д

ж

е

т

у

Митченко Владислав

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

СТРАТЕГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Ринкова трансформація, що супроводжується процесами глобалізації, цифровізації та високим ступенем невизначеності, висуває нові вимоги до життєздатності бізнесу. Конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва перестає бути наслідком лише цінових переваг або володіння дефіцитними ресурсами; вона трансформується у складну багатофакторну систему, фундаментом якої є стратегічні детермінанти – ключові параметри, що визначають вектор розвитку організації [1, с. 113].

До переліку найважливіших детермінант, що визначають життєздатність сучасного бізнесу, відносять насамперед:

– інформаційно-цифрову складову – передбачає активне впровадження інструментів цифровізації, що сприяє зростанню продуктивності та формуванню принципово нових підходів до ведення бізнесу;

– інноваційно-технологічну складову – базується на здатності підприємства до безперервного оновлення

в

и

д

и

продуктового портфеля, виробничих процесів та методів управління задля досягнення стійких переваг над конкурентами;

– інтелектуально-кадрову складову – фокусується на якості людського капіталу, професійних компетенціях та креативному потенціалі працівників, характеризує ефективність системи управління знаннями та здатність персоналу до генерування інновацій;

– репутаційно-етичну складову – визначає рівень довіри стейкхолдерів до підприємства, базується на принципах прозорості, ділової етики та корпоративної соціальної відповідальності [2, с. 424-425].

Варто зазначити, що жодна детермінанта не працює ізольовано, оскільки зміцнення конкурентоспроможності підприємства досягається лише завдяки їхній синергії. Ефективна система зміцнення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах базується на синергії трьох ключових механізмів: впровадженні алгоритму безперервного конкурентного аналізу для моніторингу галузевих трендів, гнучкій адаптації бізнес-моделі до динамічних ринкових трансформацій та розробці стратегії розвитку, що забезпечує формування та утримання стійких конкурентних переваг [3, с. 825].

Отож, стратегічні детермінанти виступають фундаментальною основою формування та зміцнення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової трансформації. Їх ефективна реалізація потребує комплексного та системного підходу, що базується на синергії інноваційних, цифрових та інтелектуальних ресурсів організації. Саме успішне управління цими ключовими чинниками забезпечує економічну стійкість суб'єкта підприємництва, дозволяючи не лише адаптуватися до викликів динамічного середовища, а й утримувати лідерські позиції в умовах глобальної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Августин, Р. Р., Демків, І. О., Трепет, Н. М. Моделювання та формування механізму зміцнення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифровізації. *Наукові записки Львівського*

університету бізнесу та права. Серія економічна. 2024. Випуск 42. С. 110-118. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17794836>

2. Резнікова, Н., Вовк, В., Птащенко, Л. Конкуренція в цифрову епоху: стратегічні детермінанти конкурентоспроможності. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2025. № 2(16). С. 421-429. URL: <https://doi.org/10.32750/2025-0239>

3. Dubyna, M., Verbivska, L., Kalchenko, O., Dmytrovska, V., Pilevych, D., Lysohor, I. The Role of Digitalization in Ensuring the Financial and Economic Security of Trading Enterprises Under the Conditions of External Shocks. *International Journal of Safety and Security Engineering*. 2023. Vol. 13. №5. 2023, pp. 821-833. URL: <https://www.iieta.org/journals/ijse/paper/10.18280/ijse.130506>

Молдован Вікторія

Наукова керівниця – доц. Крупенна І.А.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БРЕНДУ

Поява соціальних мереж докорінно змінила спосіб, у який бізнес взаємодіє зі своєю аудиторією. Вони стали ключовим містком між компаніями та споживачами, адже сьогодні платформи, на кшталт Facebook та Instagram, є невід’ємною частиною повсякденного життя. Соціальні мережі перестали бути лише майданчиком для комунікації – вони перетворилися на потужний інструмент маркетингу та продажів, де увага користувача напряму конвертується в комерційний результат [1].

Суттєвою перевагою соціальних медіа є доступ до аналітики та показників ефективності, які дозволяють бізнесу оцінювати результати своїх маркетингових дій та коригувати стратегію на основі даних, зокрема через аналіз конкурентів.

Соціальні мережі також сприяють формуванню спільнот навколо бренду, що допомагає будувати більш довірливі та емоційно близькі відносини з клієнтами, підвищуючи їхню лояльність. Саме визначені характеристики дозволяють розглядати соціальні медіа як стратегічну систему, що потребує планування, гнучкості та постійної адаптації до змін цифрового середовища [2].

Першим і базовим етапом у побудові ефективної стратегії використання соціальних мереж є обґрунтований вибір платформи, який має ґрунтуватися на комплексному аналізі цільової аудиторії та її цифрової поведінки. Її вибір залежить не лише від визначення загального портрету потенційного клієнта, але й потребує глибокого дослідження його мотивації, потреб, інтересів та проблем, які він намагається вирішити за допомогою соціальних мереж [3].

Наступним етапом виступає створення та професійна оптимізація бізнес-профілю, що формує первинне сприйняття бренду в цифровому середовищі. Профіль виступає своєрідною «візитною карткою» компанії, тому його візуальна та інформаційна складова повинні бути максимально чіткими та структурованими, забезпечуючи єдину візуальну та змістову ідентичність бренду на всіх соціальних платформах [4].

Етап розробки комплексної маркетингової стратегії, яка визначає напрям розвитку бренду в соціальних мережах, передбачає системне планування контенту, регулярність публікацій, активну взаємодію з аудиторією та автоматизацію для підвищення ефективності роботи [5]. Аналітика, як завершальний етап, дозволяє оцінювати результативність усіх дій на основі розрахунку ключових показників ефективності: охоплення аудиторії, рівень залученості, кількість кліків, переходів на сайт, конверсій тощо [5].

Отже, соціальні мережі відіграють значну роль у сучасному розвитку бізнесу, трансформуючи підходи до взаємодії з аудиторією та просування бренду. Важливими складовими ефективного використання соціальних мереж для розвитку бренду є вибір платформи, професійна оптимізація профілю, розробка комплексної маркетингової стратегії та використання аналітичних інструментів для оцінки результатів.

Список використаних джерел:

1. S
с
g. Н
а
m
p
а
А
:
r

K. Adoption of Social Media for Public Relations by Nonprofit Organization. *Public Relations Review*. 2010. Vol. 36. pp. 90-92.

4. S

i

n

ğ. Kirtiř, A. Karahan, F. To Be or Not To Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy after the Global Recession. *Procedia r Social and Behavioral Sciences*. 2011. Vol. 24. pp. 260-268.

М

Мошко Вероніка

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

,

,

МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМИ РЕСУРСАМИ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ

e

s

У сучасних умовах динамічної ринкової трансформації здатність компанії підтримувати стабільні конкурентні позиції на ринку безпосередньо залежить від ефективності використання її внутрішнього потенціалу. Ефективний механізм управління внутрішніми ресурсами компанії формує фундамент, на якому будується унікальна цінність продукту/послуги. Саме системна оптимізація цих процесів дозволяє підприємству не лише адаптуватися до кризових явищ, а й створювати конкурентні переваги, що важко копіюються конкурентами [4, с. 146].

Конкурентоспроможність підприємства не є статичною характеристикою, це динамічний показник, який відображає здатність суб'єкта господарювання ефективно використовувати наявні активи для задоволення потреб споживачів краще за конкурентів [2, с. 79]. Тому внутрішні ресурси компанії традиційно поділяють на кілька ключових груп:

– матеріально-технічні ресурси, раціональне використання яких сприяє зниженню собівартості продукції та підвищенню її якості, а основними механізмами їх управління є модернізація обладнання, впровадження системи управління якістю, оптимізація запасів та логістики;

- фінансові ресурси, які є основою стабільності та розвитку бізнесу, дозволяючи одночасно підтримувати поточну діяльність та інвестувати у стратегічні проекти;
- кадровий потенціал, який є головним джерелом інновацій та розвитку, забезпечуючи гнучкість компанії та її здатність швидко реагувати на зміни ринкового середовища;
- інформаційно-технологічні ресурси та знання, які є стратегічним активом компанії, а основними механізмами їхнього управління є використання систем бізнес-аналітики, впровадження CRM- та ERP-систем, а також забезпечення кібербезпеки [2; 3].

Механізм управління цими ресурсами має включати планування, організацію, мотивацію та контроль, а також забезпечення синергетичного ефекту завдяки оптимальній взаємодії різних видів ресурсів.

Управління внутрішніми факторами компанії є безперервним процесом пошуку балансу між стабільністю функціонування та необхідністю інноваційних змін. Тільки за умови комплексного підходу до використання внутрішнього потенціалу компанія може розраховувати на лідерські позиції в умовах глобальної конкуренції [1, с. 306-307].

Отож, внутрішні ресурси є первинним джерелом формування конкурентних переваг компанії на ринку. Механізм їх управління не повинен обмежуватися лише економією чи накопиченням активів, а справжня конкурентоспроможність досягається через якісну трансформацію ресурсів у унікальні компетенції.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва, О., Мягих, І., Коваленко, Н., Жам, О., Попова, Г. Механізм управління процесом забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах інформатизації економічних процесів. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2021. №1 (36). С. 302-309. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3232>
 2. Вербівська, Л.В. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економічний простір: Збірник*
-

наукових праць. 2023. № 187. С. 78-84. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1322>

3. Ільченко, Т. Моделі та механізми формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3271>

4. Онопрієнко, Д. Механізм управління конкурентними перевагами підприємства як основний чинник реалізації його потенціалу в контексті сталого розвитку. *Підприємництво та інновації*. 2025. №34. С. 146-153. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/34.23>

Мунтян Ангеліна

Науковий керівник – доц. Кузь В.І.

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ: ПОЄДНАННЯ ФІСКАЛЬНОЇ ТА РЕГУЛЮЮЧОЇ ФУНКЦІЙ

Національна податкова політика будь-якої країни передбачає балансування між пріоритетами забезпечення належного рівня податкових надходжень, використанням фіскальних інструментів у якості регулювання та стимулювання економічних процесів, розвитку ділової активності, забезпечення виконання суспільних і соціальних завдань. В Україні податок на додану вартість у першу чергу виконує фіскальну функцію, адже входить до трійки ключових джерел наповнення бюджету, демонструючи стійку динаміку зростання з 126,5 млрд грн у 2020 році до 268,3 млрд грн у 2024 році. Хоча за обсягами надходжень ПДВ поступається податку на доходи фізичних осіб, його роль як стабілізаційного інструменту є критичною: середній темп зростання податку за п'ятирічний період склав +20,7%, що випереджає середній темп зростання загальних податкових надходжень (+16,6%). Питома вага ПДВ у структурі доходів у 2024 році становить близько 17,1%, а його здатність до стабільного відтворення (навіть у кризовий 2022 рік, коли надходження зросли на 37% порівняно з попереднім) підтверджує ефективність адміністрування цього податку як основного непрямого регулятора споживання та джерела

фінансової стійкості держави [1].

У країнах, в яких адмініструється ПДВ, цей фіскальний платіж на споживання не є комплексним і системним, адже освіта, охорона здоров'я, фінансові послуги часто звільняються від оподаткування ним [2, с. 9], аналогічно як і в Україні, що дає змогу стверджувати про виконання податком на додану вартість регулюючої, стимулюючої та соціальної функцій через зменшення впливу податкових факторів на ціноутворення суспільних за своїм значенням товарів і на конкурентоспроможність важливих для перспективного економічного розвитку країни видів діяльності. «Регулююча функція податків спрямована на створення передумов для прямого чи опосередкованого впливу на економічні процеси, економіку галузі чи регіону, активізацію чи пасивацію провадження певних видів діяльності, забезпечення захисту окремих груп економічних суб'єктів тощо» [3, с. 140].

Податковим кодексом України [4] передбачені інструменти, які вказують на виконання податком на додану вартість регулюючої функції: оподаткування окремих видів господарських операцій за пільговими ставками, виокремлення окремих з них, що не є об'єктами або ж звільняються від оподаткування. Існують також пільгові режими оподаткування для окремих видів господарської діяльності.

Під посиленням виконання ПДВ регулюючої функції необхідно розглядати подальшу диференціацію ставок для пріоритетних секторів економіки. Наприклад, запровадження пільгових ставок для товарів з високою доданою вартістю, критичного імпорту, науково-дослідних робіт, продукції, виготовленої за енергоефективними технологіями, товарів, які користуються попитом у соціально вразливої категорії споживачів тощо.

Отже, податок на додану вартість є дієвим інструментом формування бюджетних ресурсів, стимулювання розвитку важливих секторів економіки та видів господарської діяльності, засобом впливу на процес ціноутворення критично важливих для суспільства товарів.

Список використаних джерел

1. Надходження податків і зборів. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nadhodjennya-podatktiv-i-zboriv--obovyaz/nadhodjennya-podatktiv-i-zboriv/>.
2. Slemrod, J., Velayudhan, T. The VAT at 100: A Retrospective Survey and Agenda for Future Research. *Public Finance Review*. 2022, Vol. 50(1). P. 4-32.
3. Кузь, В.І. Податки як інструмент управління: аналіз функціонального аспекту. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2025. Вип. 4(19). С. 137-143.
4. Податковий кодекс України: Закон України від 2 грудня 2010 р. №2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

Нагірна Анна-Вікторія

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЇ НА КУПІВЕЛЬНУ СПРОМОЖНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ)

В Україні зберігається позитивна динаміка споживчого попиту, однак темпи його зростання помітно уповільнилися порівняно з попереднім роком. Це зумовлено посиленням інфляційного тиску, енергетичними ризиками та зміною структури витрат домогосподарств, які змушені спрямовувати більшу частину доходів на базові потреби й енергетичну стабільність. Відповідно, сповільнилося й зростання роздрібною торгівлі: з 15,6 % у 2024 році до 5,4 % у січні–липні 2025 року, що свідчить про зниження споживчої активності [1].

У 2025 році інфляція становила близько 8–9% і була зумовлена подорожчанням енергоносіїв, зростанням логістичних витрат і девальвацією. Водночас середня номінальна заробітна плата у січні–вересні 2025 року зросла до 20,1 тис. грн (+14,8%), однак підвищення військового збору до 5% обмежило приріст доходів: чиста зарплата збільшилася лише на 9,8%. У результаті інфляція стримує зростання реальних доходів і знижує платоспроможність населення [2].

Також у 2025 році ключовим фактором зниження купівельної спроможності населення залишається інфляція, яка супроводжується зростанням індексу споживчих цін до 108%. Попри це, номінальна заробітна плата зросла на 14,8%, частково компенсуючи інфляційний тиск. Водночас реальна або чиста заробітна плата збільшилася лише на 9,8%, що є недостатнім для повного відновлення купівельної спроможності [2].

Динаміка споживчого попиту також демонструє уповільнення: після зростання роздрібної торгівлі на 15,6% у 2024 році, у 2025 році її приріст скоротився до 5,4%. Водночас збільшення бюджетних видатків приблизно на 20% відіграє важливу роль у підтримці споживання. Однак відсутність зростання мінімальної заробітної плати, яка у 2025 році була на рівні 8000 грн, обмежує доходи соціально вразливих груп населення [1; 3].

Зростання інфляції призвело до змін у структурі споживчих витрат домогосподарств. Люди почали менше витрачати на товари тривалого користування та послуги, водночас збільшуючи витрати на харчові продукти й енергоресурси. Це свідчить про перехід до ощадливішої моделі споживання. Енергетичні та логістичні ризики посилюють цей вплив, спричиняючи зростання витрат бізнесу і цін, а також зменшуючи доходи домогосподарств через перебої у роботі та зниження рівня зайнятості. Разом із цим, бюджетна політика залишається важливим інструментом підтримки попиту.

Зокрема, у 2025 році видатки зведеного бюджету зросли більш ніж на 20 %. Проте фіксація розміру мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму стримує зростання доходів найуразливіших груп населення, що заважає ефективній компенсації втрат від інфляції [3].

Отже, фінансова поведінка населення в сучасних умовах формується під впливом поєднання інфляційних процесів, бюджетної політики та загальної економічної нестабільності. У відповідь на зростання ризиків домогосподарства переходять до більш обережної моделі поведінки, зосереджуючись на базових

потребах і скорочуючи довгострокові витрати. Це свідчить про адаптацію населення до умов невизначеності.

Список використаних джерел

1. Національний інститут стратегічних досліджень: URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/chynnyky-dynamiky-spozhyvannya-u-2025-rotsi> (дата звернення: 24.03.2026).
2. Міністерство фінансів України: індекс інфляції. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation> (дата звернення: 24.03.2026).
3. Державний веб-портал бюджету для громадян Open Budget: URL: <https://openbudget.gov.ua/?month=12&year=2025&budgetType=NATION> AL (дата звернення: 24.03.2026).

Назар Олександра

Наукова керівниця – проф. Зрибнєва І.П.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФЛЮЕНСЕР-МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗИ

Інфлюенсер-маркетинг виступає важливим інструментом маркетингових комунікацій, який забезпечує ефективну взаємодію між брендом та аудиторією через довіру до лідерів думок.

Під впливом соціально-економічних та воєнних факторів, відбувається трансформація підходів до маркетингових комунікацій, відповідно і змінюється роль інфлюенсерів, які дедалі більше виконують функції не лише рекламних посередників, але й носіїв соціальних цінностей та інформаційних орієнтирів для аудиторії.

Суттєві зміни спостерігаються і у поведінці споживачів. Аудиторія стає більш вимогливою до контенту, очікує щирості, релевантності та персоналізації, тобто очікує індивідуального ставлення та контент, що відповідає її запитам. У таких умовах інфлюенсери стають ключовими каналами передачі персоналізованих повідомлень.

Водночас зростає значення технологій персоналізації та аналітики, які дозволяють адаптувати комунікаційні стратегії відповідно до змін у поведінці аудиторії. Як зазначається у дослідженнях [1]: «Алгоритми здатні адаптувати маркетингові стратегії в реальному часі відповідно до змін поведінки споживачів». Це створює нові можливості для підвищення ефективності інфлюенсер-маркетингових кампаній.

Особливого значення набуває якість контенту, який створюється інфлюенсерами. Сучасні технології дозволяють формувати унікальні та релевантні повідомлення, що позитивно впливають на залученість аудиторії і саме створення унікального та релевантного контенту значно підвищує зацікавленість споживачів, що є критично важливим у періоди нестабільності попиту, коли увага споживачів обмежена та вибіркова. Крім того, інфлюенсер-маркетинг відіграє важливу роль у формуванні та підтримці довіри до брендів, що стає критично значущим фактором. В умовах зниження купівельної спроможності та підвищення тривожності споживачів саме довіра визначає готовність аудиторії взаємодіяти з брендом і приймати рішення про купівлю.

У цьому контексті інфлюенсери виступають посередниками між брендом і споживачем, транслюючи інформацію у більш персоналізованій, доступній та емоційно наближеній формі.

Персоналізація дозволяє враховувати потреби, інтереси та емоційний стан аудиторії, забезпечуючи більш релевантний і ціннісний контент. Завдяки цьому формується відчуття індивідуального підходу, що сприяє зміцненню емоційного зв'язку між споживачем і брендом.

Інфлюенсери, які мають високий рівень довіри з боку своєї аудиторії, здатні підсилювати ефект таких комунікацій. Їхні рекомендації сприймаються не як традиційна реклама, а як порада від знайомої або авторитетної особи, що значно підвищує ефективність впливу. У кризових умовах це набуває особливого значення, оскільки споживачі частіше орієнтуються на думку інших людей, ніж на офіційні повідомлення брендів.

Таким чином, трансформація інфлюенсер-маркетингу в умовах кризи проявляється у зміні ролі інфлюенсерів, адаптації стратегій комунікації, зростанні значення персоналізації та підвищенні ролі довіри. Успішна інтеграція цих змін дозволяє брендам ефективно функціонувати навіть у нестабільному середовищі та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Зрибнєва, І. П., Шевчук, Ю. А., & Царук, І. М. (2025). Використання штучного інтелекту в персоналізації маркетингових комунікацій. *Актуальні питання економічних наук*, (9). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15173194>

Назарко Євгенія

Наукова керівниця – доц. Крупенна І.А.

МАРКЕТИНГОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО РИНКУ ФІТНЕС-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

За оцінками міжнародних аналітичних звітів, світовий ринок фітнес-послуг у 2024 році перевищив \$250 млрд та демонструє стабільне зростання на рівні 5-8% щорічно [1]. В Україні ринок фітнес-послуг функціонує в умовах підвищеної нестабільності та невизначеності. Якщо до повномасштабного вторгнення він характеризувався активною динамікою зростання, то після 2022 року зазнав суттєвого скорочення. У 2024–2025 роках спостерігаються ознаки поступового відновлення. Зокрема, сукупний дохід десяти провідних компаній України у сфері спорту та розваг у 2024 році становив 3,47 млрд грн, що на 10% перевищує показник попереднього року [2]. Окремі учасники ринку демонструють ще більш виражену позитивну динаміку – мережа Sport Life у 2025 році досягла доходу понад 1 млрд грн [3].

Посилюється конкуренція між міжнародними та національними мережами, регіональними гравцями і невеликими локальними

студіями. Ці процеси зумовлені не лише впливом зовнішніх дестабілізуючих чинників (війна, економічні коливання, цифровізація), а й змінами у самій логіці споживання. Фітнес поступово відходить від простої «продуктової» моделі, коли головними були абонемент і доступ до тренажерів. Натомість він стає сервісно- та досвідно-орієнтованим. Для клієнта тепер важливі не лише самі тренування, а й емоції, атмосфера, спільнота, зручність і індивідуальний підхід. Яскраво це видно на прикладі мереж Sport Life чи 5 Елемент, де клієнти цінують не тільки обладнання, а й додаткові зони для відпочинку, басейни, сауни та спілкування. Більшість клієнтів після тренування залишається у лаунж-зоні або відвідує групові заняття, щоб відчувати себе частиною спільноти.

Сьогодні змінюється і сам споживач, критерії та пріоритети його вибору. Зростає попит на персоналізовані програми тренувань, гнучкі абонементи (включаючи короткострокові), гібридні формати (поєднання онлайн- і офлайн-занять) та спеціалізовані студії – від кросфіту і функціонального тренінгу до реабілітаційного фітнесу. Клієнт дедалі частіше не обмежується вибором готової послуги, а фактично формує власну модель споживання: сьогодні – онлайн-тренування з дому, завтра – групове заняття в клубі, а післязавтра – персональне з тренером. Паралельно значно підвищуються вимоги до якості обслуговування та загального клієнтського досвіду. Саме тому все активніше поширюється клієнтоорієнтований підхід, коли фокус зміщується з кінцевого результату («схуднути на 5 кг») на сам процес отримання послуги, атмосферу, емоції, доступність.

Фітнес-індустрія загалом є однією з найбільш маркетингово орієнтованих сфер у спортивній галузі. На відміну від традиційного спорту, де часто переважає змагальний або організований характер (секції, команди, турніри), у фітнесі головним залишається саме клієнтський досвід. Він охоплює не тільки фізичне навантаження, а й сервіс, атмосферу, комунікацію та емоційну складову. Тому клубам доводиться постійно адаптувати пропозицію під зміни способу життя, мотивації та очікувань людей.

Конкуренція в галузі вже давно вийшла за межі ціни та базового набору послуг. На перший план виходять швидкість реакції на потреби клієнта, якість взаємодії та технологічна підтримка.

Наприклад, клуби, які активно використовують мобільні застосунки для бронювання, відстеження прогресу та персональних рекомендацій, помітно виграють у лояльності аудиторії.

Отже, фітнес-індустрію доцільно розглядати як сферу, де маркетинг виходить далеко за рамки просування та продажів і стосується усієї діяльності. Маркетинг охоплює формування самої послуги, побудову відносин зі споживачем і створення довгострокової цінності як для клієнта, так і для бізнесу.

Список використаних джерел

1. Fitness Industry Insights: Key Trends and Growth Statistics. URL: <https://surl.li/fclupa>
2. На 10% свій дохід збільшили спортивні та розважальні компанії з Індексу 2025. URL: <https://surl.li/uodtqu>
3. Понад 1 млрд грн доходу і 320 млн грн збитку. URL: <https://surl.li/fwdpxm>

Наконечна Анастасія

Наукова керівниця – доц. Романюк Н.В.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОГНОЗУВАННІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРІВ

У умовах швидких ринкових трансформацій і високої невизначеності попиту підприємства потребують точного прогнозування життєвого циклу товарів. Це безпосередньо впливає на якість управлінських рішень щодо асортименту, ціноутворення та маркетингових інвестицій. Класичні підходи, що базуються переважно на ретроспективних даних і суб'єктивних експертних оцінках, недостатньо адаптивні до динамічних змін споживчих уподобань і технологічних зрушень. Тому актуальним стає впровадження методів штучного інтелекту (ШІ) для підвищення точності прогнозів.

Традиційна модель ЖЦТ, запропонована в маркетинговій літературі, включає чотири основні стадії: виведення на ринок, зростання, зрілість і спад. Кожна стадія характеризується

специфічною динамікою продажів, рівнем конкуренції та прибутковості. Багатофакторний вплив поведінки споживачів, технологічних інновацій, конкурентних маркетингових стратегій та макроекономічних змін суттєво ускладнює прогнозування переходів між фазами [1].

Інструменти штучного інтелекту дозволяють аналізувати великі масиви даних (Big Data) і виявляти приховані нелінійні закономірності, недоступні традиційним методам. Машинне навчання (ML) ефективно обробляє часові ряди продажів, допомагаючи ідентифікувати поточну стадію життєвого циклу товару та прогнозувати попит. Нейронні мережі враховують складні взаємозв'язки між численними змінними, що особливо важливо в умовах волатильних ринків [2].

Глибоке навчання (DL) демонструє високу ефективність при роботі з неструктурованими даними – текстовими відгуками споживачів, контентом соціальних мереж та візуальними матеріалами. Аналіз настроїв та тематичне моделювання дозволяють завчасно виявляти зміни в настроях аудиторії ще до їх відображення в показниках продажів [3].

Синергія штучного інтелекту з підходами Lean Startup і Design Thinking підвищує точність визначення моментів переходу між стадіями. Зокрема, аналітика III під час тестування мінімально життєздатного продукту (MVP) дає змогу оперативно перевіряти гіпотези та коригувати продуктову стратегію на ранніх етапах, зменшуючи ризики провалу [2].

Попри значний потенціал, використання III супроводжується бар'єрами:

необхідність високоякісних і релевантних даних;
високі фінансові витрати на інтеграцію технологій;
недостаток кваліфікованих фахівців;
проблема інтерпретовності результатів («чорна скринька»)
складних моделей для менеджменту [4].

Для подолання цих обмежень перспективним є розвиток

Отже, інтеграція методів штучного інтелекту у прогнозування ЖЦТ сприяє переходу від реактивного до

проактивного управління продуктивним портфелем. Це дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до ринкових змін, оптимізувати асортимент, знижувати ризики та підвищувати конкурентоспроможність. У перспективі такі підходи стануть невід'ємною частиною data-driven стратегій розвитку бізнесу.

Список використаних джерел

р

352 р.

V

Настас Олександра

о

Наукова керівниця – доц. Кобеля З. І.

1

·

ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ПЕРСОНАЛУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

3

4

9

Сучасна економіка характеризується швидкими змінами й технологічним прогресом, що зумовлює жорстку конкуренцію та соціальні виклики. У цих умовах традиційні фактори виробництва поступаються людському капіталу, розвиток якого забезпечує стабільність та впровадження інновацій.

и

Особливої ваги набуває трансформація підходів до розуміння трудового потенціалу: він перестає розглядатися лише як сукупність працівників і перетворюється на складну систему якісних характеристик, таких як професійні компетенції, здоров'я, творчість та психологічний потенціал. Оскільки компетентні фахівці є головною передумовою для реалізації ідей та технологій, інвестиції в їхнє професійне зростання та психологічне благополуччя стають стратегічною необхідністю для забезпечення економічної безпеки та конкурентоспроможності компанії в умовах глобалізації.

·

Аналіз наукових праць показує, що розвиток персоналу є необхідною умовою інноваційного поступу. Птащенко О. В. визначає трудовий потенціал як сукупність здібностей і якостей людини, ключові компоненти якого – професіоналізм, освіта, здоров'я, творчість та таймінг – формуються у взаємодії з

потенціалом підприємства. Васильчак С. і Штерма Т. підкреслюють, що трудовий потенціал виходить за межі кількісних показників персоналу, базуючись на якісних характеристиках: психологічному й фізичному стані, моральних якостях та компетенціях. Вініченко І. та Ткач А. трактують його як стратегічний ресурс, наголошуючи на відмінності людського ресурсу від речових факторів виробництва – здатності мислити, приймати рішення й діяти відповідно до власних інтересів. Водночас питання залежності реалізації трудового потенціалу від рівня психологічного благополуччя працівника потребує глибшого дослідження.

Механізм впливу психологічного благополуччя на трудовий потенціал ґрунтується на здатності працівника до інтелектуальної та творчої діяльності, що забезпечує інновації. Ментальний стан визначає якість когнітивних процесів: стабільне благополуччя підтримує здоров'я, організованість і творчість, а його дефіцит знижує результативність та гальмує розвиток. Отже, професійне зростання й конкурентоспроможність компанії залежать від створення середовища, що сприяє психологічному розвитку працівників.

Аналіз сучасних підходів свідчить, що трудовий потенціал є динамічною категорією, ефективність якої визначається якісними характеристиками персоналу. Психологічне благополуччя формує основу компетенцій, забезпечуючи мислення, прийняття рішень і творчість. Для конкурентоспроможності підприємствам треба зосередитися на розвитку людського капіталу через підтримку ментального здоров'я та впровадження програм психологічного супроводу, що трансформують внутрішній ресурс працівників у інноваційні результати.

У сучасній економіці «психологічний комфорт» став критичним ресурсом. Вигорілий працівник не здатний генерувати ідеї, незалежно від дипломів чи обладнання. Тому інвестиції в ментальне здоров'я команди – прагматична стратегія розвитку бізнесу, що забезпечує його довгострокову стійкість.

Список використаних джерел

1. Птащенко, О. В. Рейтингування трудового потенціалу в умовах глобалізації. Вісник Київського національного університету технологій та
-

дизайну. Серія Економічні науки. 2018. № 5 (127). С. 111-119.

2. Васильчак, С., Штерма, Т. Трудовий потенціал як сукупність якісних характеристик працівників. Актуальні аспекти бізнесу та економіки. 2023. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/140>.

3. Вінченко, І. І., Ткач, А. О. Роль трудового потенціалу в досягненні економічної безпеки аграрних підприємств. *Економічний вісник*. 2023. 12 (3). С. 45-52.

4. Gallup. State of the Global Workplace: 2024 Report. Gallup Inc., 2024.

5. Deloitte Insights. 2024 Global Human Capital Trends: Leading in a boundaryless world. Deloitte Development LLC, 2024.

Нечасєва Анна

Наукова керівниця – доц. Романюк Надія

ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

У сучасних умовах цифровізації економіки, посилення конкуренції та зростання потреб споживачів у товарах, які краще відповідають їхнім запитам, підприємства все частіше звертаються до персоналізації товарної пропозиції. Актуальність теми полягає в тому, що персоналізація стає важливим інструментом сучасної товарної політики, який дає змогу підвищувати споживчу цінність товару та зміцнювати лояльність клієнтів. Метою дослідження є визначення сутності персоналізації товарної пропозиції та обґрунтування її ролі в сучасній маркетинговій товарній політиці.

Суть персоналізації товарної пропозиції полягає в тому, що підприємство формує товар і пов'язані з ним елементи з урахуванням особливостей конкретного покупця або окремого сегмента споживачів. Йдеться не лише про зміну характеристик самого товару, а й про добір упаковки, організацію доставки, надання додаткових сервісів та інформаційну підтримку [1]. У зарубіжних дослідженнях персоналізація трактується як дія з проектування і створення продуктів у спосіб, що відповідає уподобанням клієнта. Також підкреслюється, що персоналізовані

продукти й контент зменшують втому споживача від вибору та полегшують процес прийняття рішення [2]. Варто розмежовувати кастомізацію і персоналізацію: у першому випадку споживач сам обирає параметри товару, тоді як у другому підприємство на основі даних пропонує йому найбільш доречний варіант.

У системі маркетингової товарної політики персоналізація має важливе значення, оскільки дозволяє формувати унікальний споживчий досвід, зміцнюючи конкурентні позиції підприємства. Її впровадження сприяє підвищенню задоволеності клієнтів, зростанню їхньої лояльності та формуванню емоційного зв'язку з брендом [3]. У сучасному маркетингу персоналізація також розглядається як елемент зміцнення взаємодії між брендом і цільовою аудиторією [4].

Цифрові технології є ключовим драйвером реалізації персоналізації в сучасному маркетингу. Серед основних інструментів її впровадження виділяють інформацію про поведінку та потреби клієнтів, системи управління взаємовідносинами з ними, персоналізовані комерційні пропозиції, алгоритми рекомендацій, таргетинг і ретаргетинг [4]. У сучасних дослідженнях також наголошується, що новітні технології, зокрема big data, штучний інтелект, blockchain та Internet of Things, відкривають нові можливості для розвитку персоналізованого маркетингу [2]. Водночас упровадження персоналізованої товарної пропозиції супроводжується певними труднощами, зокрема високою вартістю цифрових рішень, потребою мати достатню кількість точної інформації про клієнтів, загрозою розкриття їхніх особистих даних та необхідністю підтримувати баланс між стандартизацією виробництва й індивідуалізацією очікувань клієнтів [1].

Отже, персоналізація товарної пропозиції є сучасним напрямом маркетингової товарної політики. Вона забезпечує кращу відповідність товару потребам споживача, підвищує його задоволеність і лояльність, а також сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства. У сучасних умовах саме здатність формувати релевантні індивідуалізовані пропозиції визначає ефективність товарної політики підприємства.

Список використаних джерел

1. Ангелко, І. В. Персоналізація товарів як ключовий тренд сучасної товарної політики. *Review of transport economics and management*. 2025. № 13(29). С. 54–61.
2. Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward / S. Chandra et al. *Psychology & Marketing*. 2022. No. 39. P. 1529–1562.
3. Ангелко, І. В. Масова кастомізація та персоналізація в системі товарної політики підприємств. *Регіональна економіка*. 2025. № 3(117). С. 147.
4. Попко, О., Філатов, В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58.

Олексюк Олександра

Наукова керівниця – проф. Островська Н.С.

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ЗМІНИ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Євроінтеграція банківської системи України є важливим стратегічним напрямком розвитку фінансового сектору та національної економіки загалом. НБУ активно впроваджує Угоду про асоціацію між Україною та ЄС шляхом наближення вітчизняного законодавства до європейського, посилення вимог щодо регулювання банківської діяльності, впровадження нових методів оцінки фінансової стійкості банківських установ [1].

Наприкінці 2025 року НБУ затвердив постанову №165 “Про затвердження Положення про порядок оприлюднення пруденційної інформації банками України та банківськими групами”, яка базується на принципах Базельської угоди (Pillar III) і Регламенті ЄС № 575/2013 [2]. Вона передбачає розкриття банками пруденційної інформації, зокрема про управління ризиками, що очікувано підвищить прозорість банківського сектору і сприятиме ефективнішій роботі Національного банку у сфері пруденційного нагляду. Перехід на цю систему відбуватиметься у три етапи протягом 2026-2027 рр. [3].

Наступною складовою євроінтеграційних змін є впровадження вимог до управління ESG-ризиками. У лютому 2026 року НБУ ухвалило рішення, згідно з яким банківські

установи зобов'язані інтегрувати екологічні, соціальні та управлінські фактори у свою стратегію управління ризиками та, завдяки цьому, оцінювати кредитоспроможність своїх корпоративних клієнтів [4].

До 31 липня 2026 року банки повинні провести внутрішній аудит та внести необхідні корективи до своєї нормативно-правової бази. Ці зміни сприятимуть виконанню стратегії сталого розвитку, забезпечуватимуть етичні відносини між членами суспільства та формуватимуть свідоме ставлення до екологічних проблем.

Наостанок необхідно підкреслити, що Національний банк України розробляє план заходів на випадок закінчення воєнного стану або вступу України до ЄС. Це стосується імплементації Директиви з відновлення та врегулювання банків, що означатиме розробку планів у разі банкрутства банку, використання механізмів його фінансової санації, а також списання капіталу або конвертацію боргів в акції банку, щоб подолання банківської кризи відбувалося без витрачення на це коштів Державного бюджету [5].

Назважаючи на те, що вітчизняні вимоги щодо банківського регулювання ідентичні європейським уже на 78% станом на 2025 рік, можна дійти висновку, що існує необхідність поглиблення європейських інтеграційних процесів надалі і посилення співпраці між Україною та органами державного регулювання Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Європейська інтеграція НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/international/euro-integration> (дата звернення: 30.03.2026).
 2. Про затвердження Положення про порядок оприлюднення пруденційної інформації банками України та банківськими групами: Постанова Правління Національного банку України від 30.12.2025 №165. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_30122025_165 (дата звернення: 30.03.2026).
 3. Присяжна, Людмила. НБУ запроваджує вимоги до оприлюднення банками пруденційної інформації. *LIGA ZAKON Бізнес*. 2026. 6 січня. URL: https://biz.ligazakon.net/news/241345_nbu-zaprovadzhu-vimogi-do
-

oprilyudnennya-bankami-prudentsyno-nformats (дата звернення: 30.03.2026).

4. Татарова, Маргарита. ESG-ризика в банківському нагляді: як виконати рішення НБУ. *Економічна правда*. 2026. 26 березня. URL: <https://epravda.com.ua/finances/nbu-zobov-yazuye-banki-integruvati-esg-u-strategiyu-zmini-ta-dedlayn-819646> (дата звернення: 30.03.2026).

5. Звіт НБУ про фінансову стабільність станом на грудень 2025 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2025-H2.pdf (дата звернення: 30.03.2026).

Олійник Тетяна

Наукова керівниця – доц. Бабух І.Б.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Сучасний етап трансформації національної економіки України вимагає якісно нового підходу до розуміння регіону не лише як територіальної одиниці, а й як цілісного суб'єкта господарювання, здатного до самодостатнього розвитку. Теоретико-методологічний аналіз регіоналістики свідчить, що еволюція поглядів на просторову організацію економіки пройшла шлях від класичних теорій розміщення виробництва до концепцій «розумної спеціалізації» й інноваційних екосистем.

В умовах децентралізації та безпекових викликів регіональна економіка стає фундаментом загальнонаціональної стійкості, де особливого значення набуває спроможність місцевих громад ефективно розпоряджатися внутрішнім потенціалом. Економічна сутність регіону сьогодні визначається через його здатність генерувати додану вартість та адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища, що потребує інтеграції наукових підходів у практичну площину управління.

Успішне функціонування регіональних систем прямо залежить від комплексу чинників, серед яких традиційні природно-ресурсні та виробничі фактори доповнюються критично важливим людським капіталом і рівнем технологічного

оновлення. Проте сама наявність ресурсів не гарантує зростання без дієвого механізму стратегічного управління. Саме стратегічне управління в сучасних реаліях стає ключовим інструментом подолання міжрегіональної диференціації, яка суттєво посилилася внаслідок воєнних дій та міграційних процесів. Особливістю такого управління є його адаптивність – здатність стратегічних планів до гнучкої трансформації відповідно до нових викликів. Це передбачає не лише фіксацію довгострокових цілей, а й розробку сценаріїв реагування на кризові ситуації, що дозволяє підтримувати життєздатність економіки регіону навіть за умов високої невизначеності [1].

Процес стратегічного планування має базуватися на принципах конкурентоспроможності й інклюзивності, де пріоритетом є створення унікальних переваг для залучення інвестицій і стимулювання підприємницької активності. Важливим аспектом є формування регіональних кластерів, які об'єднують зусилля влади, бізнесу та наукових установ для створення інноваційних продуктів [2]. Такий підхід дозволяє нівелювати ресурсні обмеження через синергію взаємодії різних суб'єктів.

Крім того, стратегічне управління в сучасних умовах неможливе без фіскальної децентралізації, яка надає регіонам фінансові важелі для реалізації власних проєктів розвитку. Інтеграція місцевих стратегій у загальнонаціональну концепцію післявоєнного відновлення дозволить забезпечити сталий розвиток територій і поступове вирівнювання економічних показників між різними областями України.

Отже, подальший розвиток регіональної економіки України має ґрунтуватися на поєднанні стратегічного управління, інноваційного підходу й ефективного використання внутрішнього потенціалу територій. Ключовим завданням є забезпечення стійкості регіонів через підвищення їх конкурентоспроможності, розвиток людського капіталу та впровадження сучасних технологій. Водночас важливою умовою залишається узгодженість місцевих і національних стратегій, що

сприятиме збалансованому відновленню економіки та довгостроковому зростанню країни.

Список використаних джерел

1. Бабух, І. Б. Розвиток регіональних економік: теоретичні підходи та стратегія управління. *Економіка і регіон*. 2025. № 1(96). С. 55-59.
2. Готра, В. В. Особливості стратегічного управління регіональною економікою в сучасних умовах. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2022. Вип. 2(60). С. 66-70.

Остафій Інна
Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ ДЛЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

Цифрова трансформація фінансового сектору стала визначальним трендом сучасної глобальної економіки, що докорінно змінює фундаментальні підходи до банківського обслуговування. Вона являє собою процес інтеграції новітніх інформаційних технологій у всі сфери діяльності фінансових установ для підвищення їхньої операційної ефективності. Цифровізація відображає особливості сприйняття банками об'єктивної потреби в інноваційному розвитку в умовах жорсткої конкуренції.

Перехід до цифрових моделей бізнесу зумовлений стрімким поширенням мобільних технологій, зміною споживчих переваг та появою фінтех-компаній на ринку. Вони виникають через необхідність швидкої адаптації до нових запитів клієнтів, які потребують миттєвого доступу до коштів та управління рахунками у режимі реального часу. Для забезпечення стійкого розвитку в цифрову епоху банки змушені трансформувати свою внутрішню культуру та інвестувати у програмне забезпечення.

В умовах діджиталізації фінансові установи стикаються з низкою нових викликів та стратегічних можливостей. Оптимізація витрат досягається шляхом автоматизації рутинних операцій, тоді як покращення клієнтського досвіду забезпечується через персоналізацію послуг у мобільних додатках. Використання аналізу великих даних дозволяє банкам точніше оцінювати ризики та прогнозувати поведінку споживачів, що безпосередньо впливає на зростання прибутковості та конкурентоспроможності установи.

Цифрова трансформація банківського сектору супроводжується посиленням специфічних ризиків під впливом різних зовнішніх та внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів належать загрози кібербезпеці, витоки конфіденційних даних та недосконалість регуляторної політики у сфері використання штучного інтелекту. Внутрішні фактори включають застарілу IT-інфраструктуру, відсутність цифрових навичок у персоналу, а також високу вартість підтримки складних технологічних платформ. В Україні також відзначають, що впровадження цифрових технологій у банківському секторі супроводжується проблемами сумісності, високою вартістю модернізації та обмеженістю внутрішніх ресурсів для повної реконструкції IT-середовища [1].

Розвиток банківського бізнесу в умовах цифрової трансформації потребує вдосконалення управлінських аспектів для забезпечення фінансової стійкості та адаптації до динамічного середовища [2]. Для зниження цифрових ризиків банки повинні використовувати комплексний підхід, який передбачає розробку антикризових заходів та постійний моніторинг вразливостей систем. Важливу роль відіграє стратегія диверсифікації технологічних рішень та формування резервів для покриття можливих операційних втрат.

Отже, цифровізація є невід'ємною частиною сучасної діяльності банків, що дозволяє створювати умови для їхнього сталого розвитку та залучення інвестицій. Для мінімізації негативних наслідків трансформації необхідно впроваджувати ефективні методи управління кіберризиками та застосовувати

сучасні інструменти фінансового моніторингу. Тільки системний підхід до управління інноваціями дозволить банкам зберегти фінансову стійкість та забезпечити довгострокову конкурентоспроможність у цифровому середовищі.

Список використаних джерел

1. Зянько, В., Нечипоренко, Т. Цифрова трансформація банківського сектору: сучасні тренди та вектори розвитку. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 4. 6–21. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.4.6.21>
2. Перчула, Д. М. Розвиток банківського бізнесу в Україні: управлінські аспекти: кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти. Чернівці: ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2023. 83 с.

Пасирь Дар'я

Науковий керівник – доц. Вінничук О.Ю.

МОДЕЛЮВАННЯ АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У СФЕРІ

S

A

В умовах цифрової трансформації бізнесу та посилення конкурентного середовища небуває актуальності проблема підвищення ефективності функціонування відділів продажу. Одним із підходів до вирішення цієї проблеми є концепція *Sales Enablement* необхідними ресурсами, інструментами та аналітичними засобами для підвищення результативності їхньої діяльності [1].

Ефективність впровадження підходів *Sales Enablement* залежить від раціонального розподілу ресурсів між ключовими напрямками: навчання персоналу, впровадження та підтримка CRM-систем, створення маркетингового та продажного контенту, а також використання аналітичних інструментів. Це зумовлює необхідність застосування економіко-математичних методів для обґрунтування управлінських рішень [2].

Для обґрунтування розподілу ресурсів у сфері *Sales*

спрямованої на максимізацію інтегрального показника ефективності системи підтримки продажів:

$$Z = f(x_1, x_2, x_3, x_4) \rightarrow \max,$$

за умов:

$$x_1 + x_2 + x_3 + x_4 \leq B;$$

$$i \geq x_{\min}, i = 1, \dots, 4;$$

$$i \leq x_{\max}, i = 1, \dots, 4,$$

де x_1 – x_4 – обсяги інвестицій за відповідними напрямками *Sales* у CRM-систему; x_3 – інвестиції у контент; x_4 – інвестиції в аналітичні інструменти); B – загальний обсяг доступних ресурсів; фінансування.

Впровадження системи *Sales Enablement* потребує не лише початкових інвестицій, а й постійного моніторингу та коригування розподілу ресурсів. Показники ефективності дозволяють оцінювати результативність напрямів і своєчасно вносити зміни у структуру фінансування. Використання аналітичних інструментів підвищує прозорість прийняття рішень та забезпечує адаптацію до змін зовнішнього середовища.

Крім того, інтеграція запропонованої моделі у систему підтримки прийняття рішень підприємства дозволяє автоматизувати процеси планування та оптимізації ресурсів. Це створює передумови для підвищення гнучкості управління, скорочення часу на прийняття рішень та мінімізації ризиків неефективного використання ресурсів. У результаті забезпечується більш раціональне функціонування відділу продажів та зростання конкурентоспроможності підприємства.

Запроповану оптимізаційну модель розподілу ресурсів у сфері *Sales Enablement* доцільно використовувати для обґрунтування управлінських рішень щодо фінансування ключових напрямів діяльності підприємства, зокрема, навчання персоналу, розвитку CRM-систем, створення контенту та впровадження аналітичних інструментів. Модель дозволяє визначати оптимальну структуру розподілу обмежених ресурсів

із урахуванням їхнього впливу на інтегральний показник ефективності.

Таким чином, її застосування сприяє підвищенню ефективності використання ресурсів підприємства, забезпечує науково обґрунтований підхід до прийняття управлінських рішень та може бути використане як складова системи підтримки прийняття рішень у сфері *Sales Enablement*.

Список використаних джерел

2

.

U

R

L

Пернета Христина

Наукова керівниця – проф. Буднікевич І.М.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ МОДИ

Сферу моди традиційно вважають однією з найбільш динамічних і перспективних для застосування маркетингових технологій. Це пов'язано з тим, що в ній тісно переплітаються творча, економічна та управлінська складові, охоплюючи дизайн, маркетинг, рекламу, брендинг, комунікації, виробництво та реалізацію fashion-продукту. Висока конкуренція, постійна боротьба за увагу споживача та жорсткі правила індустрії змушують бізнес активно використовувати сучасні маркетингові інструменти для утримання та посилення позицій на ринку.

Маркетингові технології стали однією з ключових складових розвитку fashion-бізнесу. Вони допомагають ефективно керувати взаємодією з ринком: аналізувати конкурентів і потреби споживачів, знаходити перспективні ніші, формувати унікальну торгову пропозицію та чітко позиціонувати бренд. Наприклад, український бренд LITKOVSKAJA успішно знайшов свою нішу в сучасному мінімалізмі з етнічними акцентами, що дозволило йому виділитися як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Маркетингові інструменти лежать в основі розроблення стратегій просування, вибору каналів комунікації та планування

маркетингового бюджету. Так, бренд Ksenia Schnaider активно просуває свої авангардні колекції через Instagram, TikTok та співпрацю з інфлюенсерами.

Дуже важливим є створення цілісного іміджу бренду та чесне донесення його цінностей, що допомагає встановити емоційний зв'язок зі споживачем і сформувати лояльну аудиторію. Яскравим прикладом є бренд Lake, який активно транслює ідеї екологічності та свідомого споживання і завдяки цьому створив навколо себе сильну спільноту. Маркетингові технології дозволяють швидко реагувати на зміни попиту, вловлювати тренди та створювати контент, який справді резонує з очікуваннями цільової аудиторії. Важливу роль у цьому відіграють цифрові інструменти просування, зокрема соціальні мережі, таргетована реклама та електронні торговельні платформи, які сприяють зростанню продажів і зміцненню позицій бренду. Багато українських брендів, таких як The Coat чи Sasha K, значно збільшили продажі саме завдяки професійній і креативній роботі з Instagram та TikTok.

Маркетингові технології у сфері fashion мають виражену галузеву специфіку, яка проявляється як у виборі інструментів, так і в особливостях їх застосування. Вона зумовлена природою моди – її циклічністю, швидкоплинністю, орієнтацією на новизну та глобальним характером. Велике значення мають також дизайн самого продукту, можливість самовираження через одяг, вплив лідерів думок і тенденція до персоналізації. Саме ці фактори формують специфіку маркетингу в модній індустрії. Наприклад, преміальні бренди часто співпрацюють із відомими інфлюенсерами та знаменитостями як ключовими носіями цінностей бренду. Так, Dior активно залучає Jisoo як глобальну амбасадорку, що дозволяє бренду посилювати позиції серед молоді аудиторії та на азійських ринках. Подібну стратегію використовує Louis Vuitton, співпрацюючи з Zendaya, що сприяє формуванню сучасного іміджу бренду та розширенню його впливу в цифровому середовищі. У сегменті мас-маркету дедалі активніше застосовують інструменти персоналізації та кастомізації. Зокрема, Nike через платформу Nike By You дає споживачам можливість самостійно створювати дизайн взуття, а

Zara використовує алгоритми аналізу поведінки клієнтів для персоналізованих рекомендацій в додатку та онлайн-магазині.

Маркетингові технології у сфері моди давно переросли роль простого інструменту просування. Сьогодні вони стали однією з ключових основ конкурентоспроможності бренду. Завдяки їм компанії не лише ефективно взаємодіють зі споживачами, а й швидко адаптуються до змін на ринку, вловлюють свіжі тенденції та створюють унікальну цінність для своїх клієнтів. Саме комплексне поєднання аналітичних, комунікаційних і цифрових інструментів допомагає формувати справжню лояльність і утримувати стійкі позиції навіть у жорсткій конкуренції.

Перчик Софія

Науковий керівник – доц. Кузь В.І.

СЕРВІСНО-ОРІЄНТОВАНА МОДЕЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ

Домінантним орієнтиром розвитку податкової системи є трансформація повноважень податкових органів від інструменту фіскального примусу до партнерських взаємовідносин між державою та платниками податків, що передбачає поліпшення практичної реалізації концепції добровільної їх сплати. Реалізація даного роду заходів передбачена Національною стратегією доходів до 2030 року [1]. Основний акцент у реформуванні системи оподаткування зроблений на впровадженні IT-рішень, спрямованих на побудову сучасних, гнучких, безпечних, сервісно-орієнтованих інформаційно-комунікаційних систем з урахуванням передових міжнародних практик, підвищення рівня сервісу консультування, удосконалення та розширення податкових сервісів та послуг.

Побудова сервісно-орієнтованої моделі діяльності Державної податкової служби України на тактичному рівні покладена на її структурні підрозділи, зокрема на Департамент податкових сервісів. Саме він є виконавцем низки стратегічних

ініціатив, покликаних забезпечити підвищення якості та ефективності надання сервісних послуг [2].

На даний момент реалізовані сервісні проєкти «Електронний кабінет», «Інформація з реєстрів», «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера», «Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс», сервіс «Пульс», «Кваліфікований надавач електронних довірчих послуг», «Електронна звітність», «Декларування громадян» тощо. Ці сервіси кардинально трансформують взаємодію між учасниками податкових відносин, забезпечуючи перехід від бюрократичних процедур до швидкого та прозорого цифрового формату, що дозволяє платникам податків звітувати, погашати податкові зобов'язання та отримувати довідки в режимі 24/7 без фізичного відвідування податкових інспекцій. Завдяки функціоналу Електронного кабінету та інтеграції з мобільними застосунками, такими як «Моя податкова», суттєво мінімізується людський чинник і корупційні ризики, скорочуються витрати часу на адміністрування та підвищується точність розрахунків, що безпосередньо сприяє детінізації економіки, підвищенню ділової активності та сприяє реалізації концепції добровільної сплати податків.

Розвиток сервісно-орієнтованої моделі податкової служби передбачає перехід від формального надання цифрових послуг до впровадження моделі «Tax-as-a-Service», яка базується на превентивному консультуванні та максимальній автоматизації виконання податкових обов'язків без участі платника. Це передбачає інтеграцію податкових сервісів безпосередньо в банківські та облікові системи, розширення функціоналу AI для аналізу ризиків та запровадження комплаєнс-менеджменту.

Отже, основна стратегічна ціль Державної податкової служби України – формування позитивного іміджу через виконання сервісних функцій європейського зразка з високим рівнем довіри у суспільстві. Поєднання ефективного адміністрування, цифровізації, прозорості та орієнтації на потреби платників податків сприяє не лише ефективному виконанню фіскальних функцій, а й формуванню довіри до держави. У довгостроковій перспективі це забезпечує економічне

зростання, соціальну стабільність та досягнення євроінтеграційних цілей.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Національної стратегії доходів до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2023 р. №1218-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-natsionalnoi-strategii-dokhodiv-do-2030-s1218-271223>.
2. Про затвердження місії та Стратегічного плану Державної податкової служби України на 2025-2030 роки: Наказ Державної податкової служби України від 21 лютого 2025 р. №150. URL: <https://tax.gov.ua/diyalnist/zakonodavstvo-pro-diyalnis/nakazi-pro-diyalnist/79393.html>.

Петращук Катерина

Наукова керівниця – доц. Скращук Л.В.

ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ІНДИКАТОРІВ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогоденна глобальна економічна система проходить через стадію глибокої перебудови, що продиктовано виснаженням природно-ресурсного потенціалу та наростанням екологічних загроз. У цьому контексті переорієнтація з лінійного алгоритму споживання на принципи циркулярної економіки визначена як стратегічний вектор розвитку, зокрема для країн ЄС [1]. Циркулярна парадигма передбачає впровадження замкнених циклів виробництва, мінімізацію деструктивного впливу відходів та пролонгацію використання ресурсів. Відтак, дослідження взаємозв'язку між рівнем впровадження циркулярних практик та макроекономічними показниками має ключове значення для наукового обґрунтування ефективності екологічно орієнтованого курсу та розробки моделей сталого зростання.

Сучасні наукові розробки переконливо підтверджують наявність стійкої позитивної кореляції між інтенсивністю впровадження циркулярних практик і загальним рівнем макроекономічної стабільності держав. У науковому дискурсі акцентується увага на тому, що перехід до системного повторного

використання ресурсів та регенерації матеріалів виступає потужним драйвером інтенсифікації економіки. Зокрема, це стимулює зростання валового внутрішнього продукту через капіталізацію відходів, які перетворюються на цінний ресурс, а також сприяє трансформації ринку праці шляхом створення нових високотехнологічних робочих місць у секторах переробки, сервісного обслуговування та інноваційного дизайну.

Особливе значення науковці надають фундаментальній зміні парадигми розвитку, за якої стабільне економічне зростання більше не супроводжується лінійним збільшенням антропогенного навантаження на довкілля. Завдяки замкненості виробничих циклів стає можливим нарощування національного добробуту при одночасному скороченні обсягів видобутку первинної сировини, зниженні енергоємності виробництва та мінімізації негативного впливу на екосистеми. Такий підхід закладає надійне підґрунтя для реалізації концепції екологічно безпечного та соціально відповідального поступу.

У межах проведеного дослідження було розроблено та верифіковано серію економетричних регресійних моделей, результати яких переконливо підтвердили високу пояснювальну здатність індексу циркулярності як незалежної змінної. Зокрема, результати регресійного аналізу продемонстрували наступне:

1) Виявлено прямий позитивний вплив індексу циркулярності на ВВП на душу населення, що спростовує тезу про економічну обтяжливість екологічних реформ. Кожне підвищення рівня використання вторинної сировини корелює зі зростанням доходів та загальною капіталізацією економіки.

2) Встановлено, що циркулярна економіка є головним чинником зниження ресурсомісткості. Це дозволяє економічним системам продукувати більший обсяг благ при меншому споживанні первинних природних ресурсів.

3) Розрахунки показали статистично значуще зниження енергоємності виробництва та скорочення споживання ресурсів на одну особу. Це свідчить про реальну декультивацію економічного зростання від екологічної деградації.

4) Підтверджено, що розвиток циркулярної економіки сприяє стабілізації ринку праці, створюючи передумови для зростання зайнятості у секторах високої доданої вартості, таких як рециклінг, відновлення та інноваційний дизайн.

Отже, отримані результати дослідження не лише верифікували теоретичні переваги циркулярної економіки, а й виступили надійним інструментом для прогнозування соціально-економічного ефекту від реалізації стратегій сталого розвитку.

Список використаних джерел

ценко, О. М., Швиданенко, О. А., Швиданенко, Г. О. Циркулярна економіка як основа забезпечення сталого розвитку країни в контексті євроінтеграції. Економіка і регіон. 2022. № 4(87). С. 150–167.

Петровська Дар'я

Наукова керівниця – доц. Попова Л.В.

НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ СЛУЖБИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ У СТРАХОВІЙ КОМПАНІЇ

Формування спеціалізованої служби ризик-менеджменту є критично необхідною умовою забезпечення фінансової стійкості, регуляторної відповідності та довгострокової конкурентоспроможності страхової компанії (далі – СК).

Основною причиною впровадження управління ризиками у СК у сучасних реаліях є боротьба зі страховим шахрайством, що є системною проблемою, яка коштує страховикам мільярди доларів щорічно. Наприклад, кенійська Jubilee Holdings за допомогою інструменту виявлення шахрайства на основі ШІ запобігла виплатам за фіктивними вимогами на суму 400 млн кенійських шилінгів, ідентифікувавши 536 підозрілих випадків, що на 286% більше порівняно з попереднім роком [2].

В умовах глобального потепління нагальною потребою для СК є управління катастрофічними ризиками та адаптація до зміни клімату. Зокрема, американська програма страхування вітрових ризиків DUAL Wind storm Risk після руйнівного урагану Майкл

2018 року провела аналіз кожної заяви про збиток, що дозволило виявити критичні закономірності: старі будівлі, не побудовані за сучасними стандартами вітростійкості, постраждали значно більше, а повені та штормові хвилі можуть бути більш руйнівними, ніж сильний вітер [1]. На основі аналізу компанія впровадила жорсткіші вимоги до прийняття ризиків на бар'єрних островах, почала виключати старі типи конструкцій та створила чіткіші ліміти розміщення капіталу. Ці зміни підтвердили свою ефективність під час урагану Іан у 2022 році, коли фактичні збитки DUAL виявилися близькими до модельних прогнозів. Як для будь-якого суб'єкта господарювання у своїй діяльності важливими є оптимізація операційних процесів та зниження витрат. Наприклад, нідерландська страхова компанія Schadegarant автоматизувала процес виявлення аномалій у заявах про збитки за допомогою набору алгоритмів, що автоматично оцінює досьє про пошкодження автомобілів та виділяє підозрілі випадки [3], що дозволило схвалювати легітимні заяви миттєво, а ремонтні майстерні можуть розпочинати роботу без очікування схвалення. В умовах воєнного стану в Україні нагальною потребою для СК є управління воєнними ризиками, оскільки світові перестраховики не покривають ці ризики, тому лише компанії з найбільшими активами та резервами можуть надавати такий захист. Зокрема, СК «Універсальна» разом з ARX та ІНГО об'єдналася з Райффайзен Банком та компанією Aon, щоб запропонувати бізнесу страхування нерухомості, обладнання та товарів в обороті від воєнних ризиків з лімітом 20 млн грн на об'єкт [4]. Завдяки ризик-менеджменту встановлюються адекватні умови покриття, оцінюючи кожен об'єкт індивідуально.

Таким чином, практичний досвід провідних страхових компаній однозначно підтверджує: формування служби ризик-менеджменту є критично необхідним для виявлення та запобігання шахрайству, управління кліматичними ризиками, оптимізації операційних витрат та воєнними ризиками. Без такої служби страхова компанія не здатна ефективно функціонувати, ризикуючи не лише фінансовими втратами, але й репутацією та самою можливістю ведення бізнесу.

Список використаних джерел

ровідні страховики України об'єднались для покриття воєнних ризиків (дата звернення: 02.04.2025). URL: <https://arx.com.ua/blog/press/strakhovyky->

(дата звернення: 02.04.2025).

Погинайко Альбіна
Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

КРИПТОВАЛЮТИ ТА ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: РИЗИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

У сучасних умовах цифрової трансформації фінансової системи особливого значення набуває питання фінансової грамотності у сфері використання криптовалют. Стрімкий розвиток фінансових технологій зумовлює появу нових цифрових активів, серед яких криптовалюти займають провідне місце як інструмент інвестування, розрахунків та збереження вартості. Водночас їх використання супроводжується підвищенням рівнем невизначеності та ризиків, що обумовлює необхідність належного рівня фінансової обізнаності користувачів.

Криптовалюти функціонують на основі технології блокчейну і характеризуються децентралізованістю, відсутністю єдиного емітента та глобальною доступністю. Ці особливості формують нові можливості для розвитку фінансових ринків, однак водночас ускладнюють державне регулювання та підвищують вразливість інвесторів.

Згідно з аналітичними дослідженнями, криптоактиви залишаються високоризиковими фінансовими інструментами через значну волатильність, спекулятивний характер ринку та відсутність повноцінних механізмів захисту споживачів [1]. Однією з проблем сучасного розвитку криптовалютного ринку є недостатній рівень фінансової грамотності населення щодо механізмів його функціонування та пов'язаних із ним ризиків.

Значна частина користувачів не володіє достатніми знаннями про принципи роботи криптоактивів, інструменти їх оцінювання, а також особливості ринкової волатильності, що обмежує їх здатність приймати обґрунтовані інвестиційні рішення.

У таких умовах поведінка інвесторів часто формується під впливом інформаційного тиску, контенту соціальних мереж, думок лідерів громадської думки та короткострокових ринкових трендів. Це зумовлює поширення ірраціональних рішень, орієнтованих на швидке отримання прибутку без належного врахування ризиків. Як наслідок, зростає ймовірність здійснення необґрунтованих інвестицій, що призводить до суттєвих фінансових втрат та зниження довіри до крипторинку. У цьому контексті фінансова грамотність передбачає не лише знання про криптовалюту, а й здатність оцінювати ризики, аналізувати інформацію та формувати довгострокові фінансові стратегії [2].

Важливим аспектом є також забезпечення кібербезпеки у процесі використання криптовалют. Зростання популярності цифрових активів супроводжується збільшенням кількості шахрайських схем, фішингових атак та зломів криптовалютних бірж. Це вимагає від користувачів застосування сучасних методів захисту, зокрема використання двофакторної автентифікації, надійного зберігання приватних ключів та критичного ставлення до підозрілих фінансових операцій.

Перспективи розвитку криптовалют пов'язані з їх поступовою інтеграцією у традиційну фінансову систему та формуванням відповідного нормативно-правового регулювання. Міжнародні фінансові інституції наголошують на необхідності поєднання інновацій із належним рівнем захисту споживачів, що сприятиме підвищенню довіри до цифрових активів та стабільності фінансових ринків [1].

Отже, фінансова грамотність є ключовою передумовою безпечного та ефективного використання криптовалют, оскільки вона забезпечує здатність користувачів орієнтуватися у складному цифровому фінансовому середовищі, мінімізувати ризики та приймати обґрунтовані економічні рішення.

Список використаних джерел

Поченчук Оксана
Наукова керівниця – проф. Поченчук Г.М.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ: ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ

Стратегічне управління організацією є динамічним процесом інтеграції елементів стратегії, структури та культури для адаптації до змін. Тобто організація демонструє змінність параметрів, унікальність поведінки та здатність до адаптації й цим забезпечує стійкість через зворотний зв'язок і прогнозування ризиків, що особливо актуально в сучасних умовах ВАНІ та VUCA світу [1]. Невизначеність зовнішнього середовища діяльності організації та економічних систем загалом потребують відповідних інструментів управління, особливо стратегічного, які б дозволяли підвищити прозорість процесів, швидко реагувати на зміни ринку, оптимізувати виробничі програми та зміцнювати партнерські відносини. Такі можливості забезпечує використання сучасного цифрового інструментарію.

Цифрові інструменти (ЦІ) можна визначити як програмні рішення та платформи, що забезпечують аналіз, планування, реалізацію та контроль стратегії. Вони дозволяють перейти від інтуїтивного до data-driven управління та сприяють інтеграції стратегічного та операційного рівнів управління. Серед ЦІ для стратегічного управління можна виокремити такі [2]:

а) інструменти аналітики та підтримки прийняття рішень – дозволяють здійснювати аналіз ринку, конкурентів, внутрішніх показників, прогнозування сценаріїв розвитку (Business Intelligence системи, Big Data, III);

б) інструменти стратегічного планування – забезпечують можливості формування стратегічних цілей, декомпозиції цілей до рівня підрозділів (OKR-системи, BSC платформи);

с) інструменти управління проектами та виконання стратегії – реалізація стратегічних ініціатив, контроль термінів, ресурсів, відповідальних (Asana, Trello, Jira);

д) інструменти цифрової трансформації дозволяють оптимізувати процеси та швидко впроваджувати інновації;

е) ERP- та CRM-системи дають змогу інтегрувати бізнес-процеси, управління клієнтськими відносинами, забезпечення стратегічної узгодженості.

Можливості використання ЦІ у стратегічному управлінні визначаються масштабом підприємства та галузевою специфікою. Попри те, є загальні переваги й виклики їх використання (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості використання ЦІ у стратегічному управлінні

Переваги	Виклики	Перспективи
Підвищення обґрунтованості стратегічних рішень. Прозорість та контроль виконання стратегії. Гнучкість і швидка адаптація до змін. Інтеграція даних у реальному часі. Підвищення конкурентоспроможності.	Висока вартість впровадження. Опір персоналу змінам. Кібербезпека та захист даних. Необхідність цифрових компетенцій. Проблеми інтеграції різних систем.	Використання ІІІ в стратегічному аналізі. Перехід до predictive analytics. Автоматизація стратегічного контролю. Розвиток концепції data-driven organization. Інтеграція ESG-показників у цифрові системи.

Цифрові інструменти є ключовим фактором ефективного стратегічного управління, оскільки забезпечують швидкість, точність і адаптивність прийняття рішень. Їх впровадження є необхідною умовою розвитку організацій в умовах цифрової економіки,

Список використаних джерел

1. BANI: A new framework to make sense of a chaotic world. URL: <https://thinkinsights.net/leadership/bani/>.

2. Кобушко, Я. В., & Манжола, Б. В. (2023). Роль цифрової трансформації в оптимізації менеджменту. організацій. Проблеми та перспективи менеджменту, (10), 4–8.
<https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-10-04-08>

Присяжнюк Юлія

Наукова керівниця – проф. Ковальчук Тетяна

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

В умовах високої нестабільності зовнішнього середовища, зростання конкуренції та посилення економічної нестабільності господарюючі суб'єкти зіштовхуються з необхідністю запровадження стратегічного управління фінансами. Фундаментальну роль у фінансовому управлінні відіграє аналіз фінансового стану, який забезпечує структуровану інформаційну базу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, оцінки ризиків та моделювання сценаріїв розвитку підприємства.

«У сучасній економіці фінансовий стан підприємства – основа його конкурентоспроможності. Він визначає здатність підприємства функціонувати та розвиватися в зовнішньому середовищі, його потенціал у діловому співробітництві, дозволяє оцінити ступінь гарантії економічних інтересів самого підприємства та його партнерів з приводу фінансових та інших відносин. Фінансовий стан характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення й ефективного використання, платоспроможністю, ліквідністю та фінансовою стійкістю» [1].

Оскільки фінансовий стан суб'єкта господарювання формується у процесі всієї господарської діяльності, забезпечення його стійкості потребує запровадження комплексного аналізу системи факторів зовнішнього фінансового середовища, оцінки сильних і слабких сторін підприємства, комплексної оцінки стратегічної фінансової позиції підприємства, виявлення внутрішніх резервів зміцнення стійкості

фінансового стану, пошуку шляхів адаптації господарської діяльності до загальних цілей розвитку підприємства та змінних умов зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечення збалансованого розвитку в довгостроковій перспективі, вироблення адаптивних стратегічних рішень. «Фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу» [2].

Незважаючи на значимість і результативність аналізу фінансового стану для стабільного та стійкого розвитку підприємства і управління, не всі його аспекти повною мірою досліджені та відповідають вимогам сучасного фінансового менеджменту. Неврегульованими залишаються питання теорії, методології та організації аналізу фінансового стану.

Тому необхідно: - виробити єдиний методичний підхід до інтерпретації змісту дефініції «фінансовий стан підприємства», що дозволить правильно сформулювати мету, завдання аналізу, визначити його основні методологічні елементи; - досягти однаковості при трактуванні форми та змісту показників, які характеризують фінансовий стан, що сприятиме застосовуванню єдиних алгоритмів розрахунку для кожного показника, розробці адекватної їх методики на основі єдиного методологічного підґрунтя; - посилити адресне спрямування методик аналізу фінансового стану, що забезпечить зміцнення довіри та підвищить дієвість його результатів необхідних керівництву для прийняття управлінських рішень, інвесторам для оцінки ризиків та кредиторам для перевірки спроможності повернути позики; - поглибити аналітичні дослідження шляхом ширшого використання у методиках аналізу багатокритеріального факторного аналізу, дослідження динамічного ряду, застосування інструментів, що інтегрують ризики в процес планування, включаючи сценарний аналіз та моделі стійкості для оцінки непередбачуваних ситуацій у зоні нестабільності, невизначеності, високого ризику прийняття рішень.

Список використаних джерел

1. Ковальчук, Т.М., Вергун, А.І. Аналіз фінансового стану: теорія, методологія, організація : монографія. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 176с.

2. Ярошевська, О.В., Красноступ, В. М. Теорія фінансового аналізу стану підприємств України. *Вісник економічної науки України*, 2024. №1 (46). С. 139-144

Пунговський Дмитро

Науковий керівник – доц. Ткач Є. В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сучасна банківська система України функціонує в режимі воєнного стану та перебуває під впливом двох ключових факторів: прямого, що включає руйнування банківської інфраструктури та втрату активів на тимчасово окупованих територіях, та опосередкованого, що проявляється у зменшенні ділової активності населення, міграційних процесах і суттєвому зростанні кредитних ризиків.

Вітчизняна науковиця Руцишина Н. М. зазначає, що: «особливістю функціонування банківської системи в умовах війни є підтримка довіри клієнтів до банківського сектора, що, в свою чергу, забезпечить стабільність його функціонування. НБУ впродовж даного періоду прийняв ряд рішень, а саме: регулятор здійснив обмеження діяльності банків на валютному ринку, призупинив відтік іноземної валюти та встановив ліміти на операції з готівкою» [2].

Для ґрунтовного розуміння трансформаційних процесів у банківському секторі необхідно проаналізувати динаміку ключових балансових показників за 2022-2025 роки (табл. 1).

Детальний аналіз даних банківської діяльності дозволяє виявити низку макроекономічних та секторальних закономірностей. За винятком статутного капіталу, всі інші індикатори демонструють виражену тенденцію до зростання. Сукупні активи банківської системи демонструють стійкий

висхідний тренд зі зростанням за досліджуваний період. Це зростання пояснюється інфляційною складовою, накопиченням високоліквідних активів та активним інвестуванням у державні цінні папери. Натомість динаміка статутного капіталу залишається стабільною, що свідчить про достатню операційну прибутковість банків.

Таблиця 1

Основні показники діяльності банків в Україні протягом 2022-2025 років, млн. грн.

Показник	2022 р.,	2023 р.,	2024 р.,	2025 р.,
Активи	2 351 678	2 945 030	3 414 920	4 000 600
Статутний капітал	407 021	404 751	406 835	406 184
Кошти на депозитах	933 240	1 083 758	1 216 229	1 406 912
Кредити надані	1 036 216	1 024 678	1 138 032	1 220 332

Джерело: сформовано автором на основі даних [1]

Незважаючи на позитивну динаміку ключових показників, банківська система продовжує стикатися зі структурними викликами. Хоча частка проблемної заборгованості різко зросла на початку війни, система продемонструвала стійкість, і з 2023 року цей показник почав поступово знижуватися завдяки списанню безнадійних боргів. Важливу роль відіграла також цифрова трансформація: міграція в хмарні сховища та створення мережі об'єднаних відділень.

Отже, можна стверджувати, що банківська система України продемонструвала безпрецедентний рівень стресостійкості. Збільшення активів та депозитної бази свідчить про збереження високого рівня довіри суспільства. Подальший розвиток сектору вимагатиме переходу до класичної моделі кредитування економіки, що стане можливим за умови стабілізації макроекономічного середовища та розширення державних програм підтримки.

Список використаних джерел

1. Національний банк України: *веб-сайт*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/> (дата звернення 29.03.2026 р.)
2. Руцишин, Н. М. Сучасний стан банківської системи України та

перспективи її розвитку. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 75. 2024. с. 27-36.* URL: <https://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1512/1423> (дата звернення 29.03.2026 р.)

3. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб: *веб-сайт*. URL: www.fg.gov.ua/zakhist-prav-vkladnikiv (дата звернення 29.03.2026 р.)

Радецька Анна

Науковий керівник – доц. Чаплінський Ю.Б.

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Сучасні маркетингові інструменти відіграють ключову роль у забезпеченні адаптивності підприємства до змін зовнішнього середовища, підвищенні ефективності управлінських рішень та формуванні конкурентних переваг. Маркетингові інструменти є сукупністю методів, засобів і технологій, що застосовуються для аналізу ринку, формування попиту, просування продукції та управління взаємовідносинами зі споживачами.

У класичному розумінні до маркетингових інструментів належать елементи комплексу маркетингу (4P): продукт, ціна, розподіл і просування. Однак у сучасних умовах цей підхід значно розширюється за рахунок включення цифрових технологій, поведінкових моделей та аналітичних систем. У динамічному та мінливому бізнес-середовищі маркетингові інструменти виконують не тільки функцію просування, а й стають знаряддями оперативної адаптації, антикризового управління та стратегічної трансформації [1, с. 420].

Важливою особливістю сучасних маркетингових інструментів є їх інтеграція у процес прийняття управлінських рішень. У цифровій економіці ключове значення набувають інструменти цифрового маркетингу, які забезпечують ефективну комунікацію зі споживачами в онлайн-середовищі. Ці інструменти забезпечують підприємствам можливість підвищити видимість бренду, оптимізувати рекламні витрати, створювати персоналізований контент, аналізувати поведінку користувачів та адаптувати маркетингові стратегії в реальному часі [2, с. 3].

До основних інструментів належать:

- пошукова оптимізація (SEO);
- контекстна та таргетована реклама;
- контент-маркетинг;
- соціальні мережі;
- email-маркетинг.

Однією з ключових тенденцій сучасного маркетингу є персоналізація взаємодії зі споживачами. Використання даних про клієнтів дозволяє формувати індивідуалізовані пропозиції, що підвищує ефективність маркетингових заходів. Важливим інструментом у цьому контексті є системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), які забезпечують:

- накопичення інформації про клієнтів;
- аналіз їх поведінки;
- автоматизацію комунікацій;
- підвищення рівня обслуговування.

Управління клієнтським досвідом стає ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства, оскільки формує довгострокову лояльність споживачів. Сучасні підприємства активно впроваджують інструменти автоматизації маркетингу, які дозволяють оптимізувати процеси взаємодії з клієнтами та підвищити ефективність використання ресурсів. До таких інструментів належать:

- автоматизовані email-розсилки;
- чат-боти;
- системи рекомендацій;
- алгоритми прогнозування поведінки споживачів.

Таким чином, сучасні маркетингові інструменти є невід'ємною складовою ефективного управління підприємством у цифровій економіці. Вони забезпечують глибоке розуміння ринку, дозволяють прогнозувати поведінку споживачів та формувати конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1. Ястремська, О. М. Маркетингові інструменти як фактори посилення адаптивності підприємств до кризових змін зовнішнього середовища.
-

Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2025. Вип. 45. С. 416-426.

2. Шатєєв, О. В. Маркетингові цифрові інструменти та їх вплив на розвиток підприємств IT-галузі. *Академічні візії*. 2024. № 33. С. 1-9. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1311> (дата звернення: 26.03.2026).

Рибак Софія

Наук.керівник – к.е.н., доц. Кобеля З.І.

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЗМІНИ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ

Бізнес-аналіз стає ключовим для розвитку компаній та їх конкурентоспроможності. Швидкі технологічні зміни, зростання даних і складність ринку вимагають нових стратегій та навичок. Він перетворюється на інструмент стратегічних рішень, допомагаючи бізнесу адаптуватися й процвітати.

Сучасні виклики бізнес-аналітиків охоплюють кілька ключових напрямів:

- зростання даних: щодня створюються великі масиви, значна частина яких неструктурована (тексти, соцмережі, відео). Це потребує сучасних інструментів для їх обробки, зберігання та масштабування;

- етика й конфіденційність: робота з чутливою інформацією вимагає дотримання норм (наприклад, GDPR) та розробки етичних стандартів, щоб уникати маніпуляцій і дискримінації;

- технологічна адаптація: швидкий розвиток технологій зобов'язує аналітиків постійно освоювати нові інструменти – Python, R, хмарні сервіси (AWS, Azure), алгоритми машинного навчання, це породжує необхідність інвестування у навчання персоналу;

- гібридне середовище: команди потребують ефективної онлайн-колаборації (Miro, Microsoft Teams), що залежить від цифрової грамотності співробітників і підтримки компанії.

Таким чином, сучасний бізнес-аналітик має поєднувати технічні, етичні та комунікаційні компетенції, щоб ефективно

працювати в умовах швидких змін.

Основні тренди цифровізації бізнес-процесів 2025 року:

1) штучний інтелект та автоматизація: зниження витрат до 35%, використання чат-ботів, генеративного AI, прогнозової аналітики; інструменти Power BI, Tableau, DataRobot підвищують ефективність, але потребують спеціалізованого навчання;

2) аналітика в реальному часі: технології Kafka, Snowflake забезпечують швидку обробку даних, оптимізацію логістики та постачання;

3) фокус на клієнтський досвід: Voice of Customer, CRM-системи (Salesforce) дозволяють сегментувати клієнтів, прогнозувати поведінку та створювати персоналізовані пропозиції;

зміна ролі бізнес-аналітика від посередника до стратегічного мислителя й продакт-менеджера, особливо в Agile-процесах;

5) подальша інтеграція AI, нові інструменти для Big Data, використання VR/AR для візуалізації, автоматизація рутинних завдань.

Таким чином, бізнес-аналіз у 2025 році став стратегічним драйвером інновацій та конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність бізнесу у сучасних умовах визначається постійним удосконаленням цифрових компетенцій, застосуванням інноваційних інструментів та орієнтацією на створення клієнтської цінності. Відбувається перехід від автоматизації операцій до управління даними, що забезпечує єдиний аналітичний контур прийняття рішень.

Попри технологічну автоматизацію, ключовим ресурсом залишається персонал. На перший план виходять аналітичні та креативні навички, міждисциплінарність команд і проєктний формат управління. Це зумовлює нові вимоги до системи освіти, менеджменту та корпоративної культури, які визначають тенденції кадрового ринку 2026 року.

Список використаних джерел:

1. Бізнес-аналіз у 2025 році: тренди та нові виклики.
2. Digital Shift 2026: як цифрова трансформація змінює

Рогозний Сергій
Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Участь приватного сектору охорони здоров'я у забезпеченні медичної допомоги військовослужбовцям в Україні суттєво зросла в умовах воєнного стану. Приватні медичні заклади забезпечують лікування поранених, діагностику, реабілітацію та медикаментозну підтримку, доповнюючи можливості державної системи охорони здоров'я. Це дозволяє розширити доступ до медичних послуг і підвищити оперативність їх надання в умовах обмежених ресурсів.

З економічної точки зору розвиток приватної медицини підтверджується зростанням її фінансових показників. За даними аналітичного дослідження YC.Market, сукупний дохід приватних медичних закладів становив близько 45,7 млрд грн у 2023 році та 64,7 млрд грн у 2024 році, що свідчить про посилення ролі цього сектору в економіці. Станом на кінець квітня 2025 року в Україні було зареєстровано 7768 приватних медичних закладів, що формує значний ресурс для надання медичної допомоги, у тому числі військовослужбовцям [1].

Економічна роль приватних клінік проявляється у кількох ключових аспектах. Вони зменшують навантаження на державні заклади охорони здоров'я, що важливо в умовах обмеженого фінансування та високої потреби у лікуванні військових. Крім того, приватний сектор забезпечує залучення інвестицій у медичну інфраструктуру, включаючи сучасне обладнання та інноваційні технології, а також створює робочі місця.

Важливим механізмом інтеграції приватного сектору у систему медичного забезпечення є Національна служба здоров'я України, яка укладає договори з медичними закладами та фінансує надані послуги в межах програми медичних гарантій. Такий підхід дозволяє забезпечити часткову компенсацію витрат приватних клінік та розширити доступ військовослужбовців до безоплатної медичної допомоги. Водночас міжнародні дослідження вказують, що ефективність залучення приватного сектору значною мірою залежить від прозорості фінансування, чіткості регуляторних механізмів і рівня координації між державними та приватними інституціями [2].

Таким чином, приватний сектор охорони здоров'я виконує важливу економічну функцію у воєнний період, поєднуючи роль постачальника медичних послуг, інвестора та учасника фінансових відносин. Його участь дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів системи охорони здоров'я та забезпечити більш гнучке реагування на виклики воєнного часу.

Узагальнюючи, слід зазначити, що приватний сектор охорони здоров'я в умовах воєнного стану перетворився на важливий елемент забезпечення медичної допомоги військовослужбовцям, виконуючи не лише соціальну, а й вагому економічну функцію. Завдяки залученню приватного капіталу, сучасних технологій та висококваліфікованих медичних кадрів приватні клініки сприяють підвищенню доступності та якості медичних послуг, одночасно зменшуючи навантаження на державну систему. Водночас ефективність їх участі безпосередньо залежить від удосконалення механізмів фінансування, зокрема, через Національну службу здоров'я України, а також від взаємодії між державним і приватним секторами. Подальша інтеграція приватної медицини у систему охорони здоров'я є необхідною умовою підвищення її стійкості, раціонального використання ресурсів та належного медичного забезпечення військовослужбовців у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

налітика ринку приватної медицини в Україні / YC.Market (YouControl).
(дата звернення: 11.03.2026).

(дата звернення: 20.03.2026).

Родіmkіна Дарина
Наукова керівниця – доц. Бойда С.В.

АГІЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах розвитку економіки підприємства змушені швидко реагувати на зміни ринку, потреби споживачів та нові виклики. Традиційні підходи до управління не завжди є достатньо ефективними, тому все більшої популярності набувають гнучкі методи управління, зокрема, «agile». Вони дозволяють підприємствам працювати більш адаптивно та швидко приймати рішення.

Метою роботи є дослідження особливостей гнучкого управління та визначення його впливу на ефективність діяльності підприємства.

Агільність – це підхід до управління, який базується на гнучкості, швидкому реагуванні на зміни та постійній взаємодії в команді. Основна ідея полягає в тому, що робота виконується невеликими етапами, а результати регулярно переглядаються і вдосконалюються. Це дозволяє уникнути помилок та швидше адаптуватися до нових умов. Саме використання гнучких методів управління сприяє підвищенню ефективності роботи підприємства та якості управлінських рішень [1]. Для наочного відображення впливу гнучкого управління на ефективність діяльності підприємства доцільно розглянути порівняльну динаміку результативності (рис. 1). Використання Agile-підходу забезпечує більш стрімке зростання ефективності діяльності підприємства порівняно з традиційними методами управління.

Важливою перевагою гнучкості є покращення комунікації в колективі, оскільки працівники постійно взаємодіють між собою. Також підвищується відповідальність кожного члена команди за результат роботи. У науковій літературі підкреслюється, що

сучасні підходи до управління повинні бути орієнтовані на гнучкість та інноваційність [2].

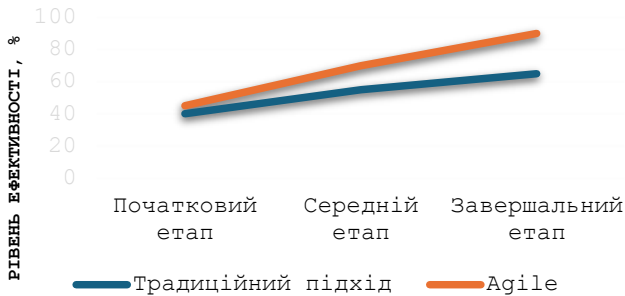


Рис. 1. Порівняння ефективності діяльності підприємства при традиційному та гнучкому управлінні*

**побудовано автором на основі [3]*

Застосування цього методу особливо актуальне в умовах нестабільного середовища, коли підприємства повинні швидко змінювати свої підходи до діяльності. Крім того, гнучке управління дозволяє краще враховувати потреби клієнтів та підвищувати конкурентоспроможність підприємства.

Отже, гнучке управління є ефективним інструментом підвищення результативності діяльності підприємства. Воно дозволяє швидше адаптуватися до змін, покращити організацію роботи та забезпечити стабільний розвиток у сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Кифяк, В. Практичне застосування Agile-методологій: стратегії управління командами у невизначених бізнес-умовах. *Науковий*
2. Яковенко, В., Ульяновська, Ю., Чупілко, Т. Адаптація принципів Agile методології для управління проектом розробки програмного застосунку. *Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія.*
3. Ковальчук, Н., Комарова, К. Гнучкі підходи в управлінні

Рошка Ельвіра
Наукова керівниця – доц. Романюк Надія

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАРКЕТИНГУ

В умовах інтенсивної цифровізації ринкового простору суб'єкти господарювання змушені трансформувати підходи до формування стратегічних переваг. Традиційні методи просування втрачають ефективність, поступаючись екосистемному підходу, де споживач ухвалює рішення на основі цифрового досвіду: онлайн-відгуків, соціальних доказів та алгоритмічних рекомендацій. Результати досліджень підтверджують, що синергія таргетованої реклами, контент-стратегій та глибокої аналітики даних не просто посилює ринкові позиції, а стає фундаментом життєздатності організації в нестабільному середовищі [1; 4; 5].

Дане дослідження спрямоване на аналіз ролі сучасних digital-інструментів у забезпеченні конкурентоспроможності. Основну увагу приділено переходу від масового маркетингу до гіперперсоналізації та використання мультимедійних каналів як засобу прямого впливу на поведінку клієнтів. Методологія базується на порівняльному аналізі онлайн-стратегій, контент-аналізі наукових джерел та кейс-стаді лідерів IT-ринку.

Ключовим фактором формування переваг сьогодні є Data-driven підхід – здатність підприємства перетворювати масиви Big Data на прикладні управлінські рішення. Впровадження технологій штучного інтелекту (AI) дозволяє автоматизувати предиктивний аналіз, прогнозувати коливання попиту та реалізовувати стратегію «сегментації n=1», де пропозиція формується під індивідуальні потреби кожного користувача. Це мінімізує похибки у маркетингових рішеннях та суттєво оптимізує бюджет на залучення клієнтів.

Практична результативність цифрової трансформації простежується на прикладі української IT-компанії N-iX [2].

Компанія вибудовує конкурентний потенціал через поєднання Account-Based Marketing (ABM) та системного репутаційного менеджменту на міжнародних платформах. Це дозволяє не лише залучати нових партнерів, а й зміцнювати LTV (життєвий цикл клієнта) через персоналізовану комунікацію та високу впізнаваність бренду в професійних спільнотах.

Кейс компанії Railsware демонструє ефективність інтеграції аналітичних інструментів у створення продуктового контенту. Використання даних про поведінку користувачів дозволяє компанії адаптувати свої сервіси, забезпечуючи високу конверсію та стабільність бізнес-моделі під час галузевих криз [3].

Отже, цифрові стратегії забезпечують такі переваги: висока адаптивність – швидке реагування на зміну споживчих трендів; гіперперсоналізація – підвищення лояльності через індивідуальні ціннісні пропозиції; оптимізація витрат – точне таргетування та автоматизація рутинних маркетингових процесів.

Таким чином, цифрові технології стали ключовим фактором конкурентних переваг, забезпечуючи бізнесу адаптивність та інноваційність. Успіх сьогодні визначається не обсягом реклами, а ефективністю використання AI та здатністю швидко і точно перетворювати великі масиви даних на персоналізований клієнтський досвід.

Список використаних джерел

1. Борисова, Т., Процишин, Ю., Крупник, А. Вплив цифрового маркетингу на стратегію конкуренції підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2024. № 2. С. 81–87. <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/782>
2. Вдовічена, О. Г. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід: наук.-практ.журн.* 2022. № 2. С. 81–87. <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/782>
3. Посулько, О. Застосування e-digital-маркетингу на підприємствах України: проблеми та перспективи. *Економічний простір*. 2025. С. 116–124

Рурак Емануель

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА БЕЗПЕЧНОГО РОЗВИТКУ КРИПТОРИНКУ

Сучасний етап розвитку цифрової економіки характеризується активним поширенням криптовалют та інших фінансових інструментів, заснованих на блокчейн-технологіях. Крипторинок відкриває нові можливості для інвестування, міжнародних розрахунків і розвитку децентралізованих фінансових систем, проте водночас супроводжується значними ризиками, що зумовлює потребу у відповідальній поведінці користувачів і належному рівні фінансової грамотності.

Фінансова грамотність є сукупністю знань, умінь і навичок, необхідних для прийняття обґрунтованих фінансових рішень. У сфері крипторинку вона набуває особливої ваги, оскільки користувачі взаємодіють із складними інструментами, зокрема токенами, стейблкоїнами та сервісами DeFi. Низький рівень фінансової грамотності зумовлює фінансові втрати, поширення шахрайських схем і необґрунтовані інвестиційні рішення.

Однією з основних проблем є недостатнє розуміння механізмів функціонування криптовалют, їх економічної природи та чинників формування вартості. Це призводить до того, що значна частина інвесторів діє під впливом емоцій, інформаційного шуму та спекулятивних тенденцій, що посилює волатильність ринку. Не менш важливою є недостатня обізнаність щодо безпечного користування криптоактивами, адже брак знань про зберігання приватних ключів, використання криптогаманців і цифрову безпеку часто спричиняє втрату активів та кіберризики.[2]

Окремим викликом залишається правова невизначеність і низький рівень правової обізнаності користувачів. Нерозуміння податкових обов'язків, правового статусу криптовалют і особливостей регулювання в різних країнах створює додаткові ризики.

Таким чином, фінансова грамотність виступає визначальною умовою безпечного та сталого розвитку крипторинку, оскільки

забезпечує здатність його учасників оцінювати ризики, аналізувати інформацію та приймати обґрунтовані рішення. Її високий рівень сприяє мінімізації фінансових втрат, підвищенню ефективності використання криптоактивів і формуванню відповідальної поведінки на ринку.

З метою підвищення рівня фінансової грамотності доцільним є впровадження системних освітніх програм, які охоплюватимуть питання функціонування криптовалют, основи кібербезпеки та правове регулювання цифрових активів. Важливим напрямом є інтеграція відповідних курсів у навчальні програми закладів освіти, а також розвиток неформальної освіти через онлайн-платформи, інформаційні кампанії та просвітницькі ініціативи.[1] Крім того, необхідним є удосконалення нормативно-правового регулювання крипторинку з метою підвищення його прозорості та захисту прав інвесторів, що сприятиме формуванню стабільного та передбачуваного середовища для розвитку цифрових фінансових інструментів. Важливу роль у цьому процесі відіграє також співпраця держави, освітніх установ і фінансових інституцій у формуванні єдиної політики фінансової освіти.

Отже, підвищення фінансової грамотності є не лише індивідуальним завданням користувачів, а й стратегічним напрямом державної політики, спрямованим на забезпечення стабільності крипторинку, захист інтересів громадян та розвиток цифрової економіки в цілому.

Список використаних джерел

ионов, О. Г. (2024) Віртуальні активи та економічна і технологічна грамотність: вплив на поведінку споживачів та інвесторів у глобальній

е

вм'яков, К. (2023) Як криптоосвіта розширює фінансові можливості.

д

н

о

м

і

ц

і

Е

к

о

н

о

Русул Лілія

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

**ФЕНОМЕН «ЗНЕОСОБЛЕННЯ ГРОШЕЙ» У
ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: ВПЛИВ БЕЗГОТІВКОВИХ**

ПЛАТЕЖІВ НА ІМПУЛЬСИВНУ ФІНАНСОВУ ПОВЕДІНКУ МОЛОДІ

У сучасних умовах цифровізації економіки відбувається суттєва трансформація фінансової поведінки населення, особливо молоді, що зумовлено активним поширенням безготівкових платіжних інструментів. Традиційна економічна модель раціональної поведінки індивіда (*Homo economicus*) поступово втрачає свою пояснювальну здатність, оскільки сучасні дослідження доводять значний вплив поведінкових та психологічних факторів на фінансові рішення.

Одним із ключових явищ цифрової економіки є феномен «знеособлення грошей», який полягає у втраті сприйняття грошей як матеріального ресурсу. У межах поведінкових фінансів це пов'язується з концепцією «болю від оплати» – безготівкові платежі знижують емоційний дискомфорт від витрачання коштів, стимулюючи імпульсивне споживання. Згідно з дослідженнями, використання цифрових платіжних інструментів може призводити до зниження контролю над витратами та формування ризиків надмірного споживання [1].

Особливо чітко зазначені тенденції проявляються серед молоді, яка є активним користувачем цифрових фінансових сервісів. Покоління Z формується в умовах постійної взаємодії з мобільними додатками, онлайн-платежами та фінансовими технологіями, що суттєво впливає на їхню фінансову поведінку та здатність до довгострокового планування [2]. Додатковим чинником виступає гейміфікація фінансових застосунків, яка стимулює емоційне залучення до витрачання коштів і знижує рівень критичного осмислення фінансових рішень.

Згідно з міжнародними аналітичними даними, стрімке зростання використання цифрових платежів супроводжується як позитивними ефектами, так і новими ризиками для споживачів. Зокрема, використання цифрових платіжних інструментів пов'язується зі зменшенням контролю за витратами, підвищенням ймовірності імпульсивних покупок, а також зростанням фінансових ризиків у разі недостатнього рівня

цифрової фінансової грамотності [1]. Крім того, значна частина користувачів не досягає базового рівня цифрової фінансової грамотності, що ускладнює прийняття обґрунтованих фінансових рішень [1].

У цьому контексті феномен «знеособлення грошей» слід розглядати як об'єктивний наслідок цифрової трансформації фінансових систем. Він безпосередньо впливає на формування імпульсивної моделі споживання, зростання кількості мікротранзакцій та зниження фінансової дисципліни серед молоді.

Вирішення цієї проблеми потребує комплексного підходу, що передбачає підвищення рівня фінансової та цифрової грамотності населення. Зокрема, ефективними інструментами можуть бути встановлення фінансових лімітів, контроль підписок, використання принципів ментальної бухгалтерії та формування навичок усвідомленого споживання. Як свідчать сучасні дослідження, вищий рівень фінансової грамотності прямо корелює з більш відповідальною фінансовою поведінкою та здатністю до заощадження [2].

Отже, цифровізація фінансових відносин, зумовлюючи феномен «знеособлення грошей», сприяє зростанню імпульсивного споживання серед молоді, що актуалізує необхідність підвищення рівня фінансової грамотності та впровадження ефективних механізмів самоконтролю.

Список використаних джерел

Савінок Софія

Наукова керівниця – асист. Фень К.С.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГУ

У сучасному бізнес-середовищі маркетинг перестав бути лише інструментом просування, перетворившись на зону найвищої стратегічної напруги. Оскільки маркетингова

діяльність розгортається на межі внутрішнього середовища компанії та непередбачуваного зовнішнього ринку, вона за визначенням функціонує в умовах високої волатильності. Ф. Котлер слушно зауважував, що сутність маркетингу полягає не просто у створенні цінності, а у професійній роботі з ринковою невизначеністю [1].

Таким чином, ризик-менеджмент у маркетингу – це не просто формальність, а здатність капіталізувати можливості, мінімізуючи ймовірність стратегічних помилок.

Специфіка маркетингового ризику полягає в його динамічності. На відміну від фінансових ризиків, які піддаються жорсткому математичному моделюванню, маркетингові загрози часто мають когнітивну природу: вони залежать від ірраціональної поведінки споживачів, емоційного сприйняття бренду та неочікуваних змін у культурному коді суспільства. У фундаментальній праці Marketing Management підкреслюється, що сучасні ринки існують у парадигмі VUCA (нестабільність, складність, неоднозначність), що вимагає від маркетолога не інтуїтивних рішень, а системного аналізу вхідних даних [3].

Класифікація маркетингових ризиків сьогодні охоплює кілька критичних вузлів. По-перше, це ринкові ризики, пов'язані з фатальними помилками у сегментації або недооцінкою життєвого циклу продукту. Запуск інновації, яка не резонує з болями цільової аудиторії, є прямим наслідком ігнорування цього ризику. По-друге, це цифрові та алгоритмічні ризики. У світі, де доступ до клієнта залежить від непрозорих алгоритмів Google, Meta чи TikTok, компанії стають вразливими до раптових змін правил гри на цих платформах. Будь-яка зміна в ранжуванні або блокування рекламного кабінету може миттєво обірвати потік лідів [2].

Окрему категорію становлять репутаційні та комунікаційні ризики. В епоху «культури скасування» та миттєвого поширення інформації, невдалий тон рекламного повідомлення або соціально-чутлива помилка в креативі можуть призвести до довгострокової деградації бренду. Дослідження Harvard Business Review підтверджують, що репутаційні втрати після

комунікаційних провалів відновлюються роками, оскільки вони підривають фундаментальний актив маркетингу – довіру [4]. Нарешті, фінансові ризики в маркетингу проявляються через неефективний розподіл бюджету, коли інвестиції в охоплення не конвертуються у прибуток через помилки у воронці продажів.

Отже, управління ризиками в маркетингу перетворює хаос ринкових змін на контрольований процес. Компанії, які інтегрують ризик-менеджмент у свою маркетингову стратегію, не просто виживають у кризах – вони використовують помилки конкурентів як плацдарм для власного зростання, забезпечуючи собі довгострокову конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

Отлер, Ф., Келлер, К. Л., Черньов, О. Маркетинговий менеджмент. 16-те видання.

Кландер, М. А., Романова, А. І. Специфіка маркетингових ризиків у сучасних умовах трансформації ринків. *Збірник матеріалів XII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених*.

Семенюк Ангеліна

наукова керівниця – к.е.н., доц. Грубляк О.М.

РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ У СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Стабільне функціонування економіки значною мірою залежить від ефективної діяльності центрального банку, який забезпечує реалізацію грошово-кредитної політики держави. В Україні ці функції виконує Національний банк України, роль якого особливо зростає в умовах економічної нестабільності, інфляційних процесів та зовнішніх викликів. Забезпечення цінової стабільності, підтримка банківської системи і регулювання грошового обігу є ключовими завданнями НБУ.

Центральний банк є головним фінансовим інститутом держави, який здійснює емісію грошей, регулює банківську діяльність і впливає на макроекономічні процеси через інструменти монетарної політики. До основних функцій НБУ належать встановлення облікової ставки, проведення валютної політики, здійснення банківського нагляду та контроль за інфляцією. Саме завдяки використанню цих інструментів Національний банк України відіграє вирішальну роль у стабілізації економіки та забезпеченні фінансової безпеки держави.

Науковці аналізують інструменти монетарної політики, взаємодію НБУ з урядом і ефективність його дій в умовах кризових ситуацій. О. Белінський визначає НБУ як ключовий орган стабілізації грошового обігу і контролю інфляції через монетарні інструменти [1]. Є. Бублик досліджує роль монетарної політики у підтримці економіки і кредитування в кризових умовах [2]. С. Шелудько аналізує взаємодію монетарної та фіскальної політики та підкреслює значення узгоджених дій НБУ і уряду [3].

НБУ використовує широкий спектр інструментів монетарної політики, включаючи встановлення облікової ставки, валютне регулювання, операції на відкритому ринку і банківський нагляд, щоб впливати на економіку і стримувати інфляційні процеси. У періоди економічної нестабільності ці інструменти дозволяють підтримувати ліквідність банківської системи, стабільність національної валюти та мінімізувати фінансові ризики. Крім того, НБУ адаптує політику відповідно до внутрішніх та зовнішніх викликів. Взаємодія з урядом і координація спільних заходів дозволяє підвищити ефективність стабілізаційних механізмів і забезпечити довгострокову макроекономічну стабільність. Таким чином, діяльність НБУ не лише регулює поточні фінансові процеси, а й створює передумови для прогнозованого розвитку економіки, зміцнює довіру до банківської системи та забезпечує сталість грошового обігу.

Національний банк України відіграє ключову роль у забезпеченні макроекономічної стабільності, контролі інфляції та

підтримці ліквідності банківської системи. Його інструменти монетарної політики, такі як облікова ставка, валютне регулювання і операції на відкритому ринку, дозволяють регулювати грошовий обіг і впливати на економічні очікування населення та бізнесу. Взаємодія НБУ з урядом і координація антикризових заходів сприяють мінімізації фінансових ризиків та зміцненню довіри до банківської системи. Ці механізми забезпечують прогнозованість економічних процесів, стабільність національної валюти та створюють передумови для стійкого розвитку економіки в умовах змінної макроекономічної кон'юнктури.

Список використаних джерел

1. Белінський, О. О. Роль національного банку України у забезпеченні стабільності грошового обігу. *Академічні візії*. 2025. № 40. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1716>.
2. Бублик, Є. Монетарна політика і кредитна підтримка економіки в умовах війни та глобальної нестабільності. *Економіка України*. 2024. № 67 (10) (755) С. 27–44. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.027>.
3. Шелудько, С. А. Координація монетарної та фіскальної політик у розвитку національної економіки. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 12. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-08-03>.

Семко Юлія

Науковий керівник – асист., к.е.н. Легкоступ Ігор

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ: ЗНАЧЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ УКРАЇНИ

В еру глобалізації та цифровізації, а також стрімкого розвитку споживчої культури, фінансова поведінка населення зазнає суттєвих змін. Активне поширення соціальних мереж, маркетингових стратегій і трендів формує у суспільстві нові фінансові цінності, які часто базуються на нерациональному використанні фінансових ресурсів, імпульсивних рішеннях і

прагненні відповідати нав'язаним соціальним стандартам. Водночас зростання економічної нестабільності, інфляції, а також вплив глобальних кризових явищ, зокрема військових дій, значно ускладнюють фінансове становище домогосподарств. У таких умовах особливої актуальності набуває питання щодо формування фінансової грамотності населення як ключового чинника для забезпечення економічної безпеки.

Фінансова грамотність населення в сучасних умовах відіграє важливу роль у забезпеченні економічної стабільності. Вона сприяє формуванню раціональної фінансової поведінки, що проявляється у вмінні планувати особистий бюджет, ефективно розподіляти доходи та витрати, а також створювати заощадження. Наявність так званої «фінансової подушки безпеки» дозволяє зменшити вплив непередбачуваних обставин. Крім того, фінансова грамотність забезпечує здатність приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування коштів, що в перспективі сприяє підвищенню добробуту та фінансової незалежності. В цілому, вона виступає важливим інструментом підвищення якості життя та зниження рівня фінансових ризиків

Незважаючи на вагоме значення фінансової грамотності, її практична реалізація супроводжується низкою проблем і ризиків. По-перше, існує ризик нераціонального розподілу доходів, зокрема надмірного заощадження, що може призводити до обмеження поточного споживання та зниження якості життя. По-друге, інвестування фінансових ресурсів пов'язане з невизначеністю та можливими втратами: банківські депозити піддаються впливу інфляційних процесів, що знижує реальну вартість заощаджень, тоді як інвестиції в акції чи криптовалюти характеризуються ризиком втрати капіталу. Крім того, важливою проблемою є недостатній рівень фінансової обізнаності населення, що призводить до прийняття необґрунтованих фінансових рішень, зокрема інвестування без належної оцінки ризиків або відсутності диверсифікації джерел доходу [2].

Для підвищення фінансової обізнаності населення доцільно впроваджувати комплекс заходів на державному рівні. Важливою

є також співпраця держави з фінансовими установами та міжнародними організаціями, а також регулярний моніторинг рівня фінансової грамотності для оцінки ефективності реалізованих заходів. Додатково варто створити гарячі лінії для консультування громадян і підприємців з питань фінансів, оподаткування та підприємницької діяльності [3].

Фінансова грамотність – це не лише сукупність теоретичних знань, а й здатність ефективно застосовувати їх на практиці. Вона є важливою життєвою компетентністю, що забезпечує фінансову стійкість та адаптивність в умовах економічної нестабільності.

Список використаних джерел

рій, С.І., Кізима, Т.О. Фінансова грамотність населення в діалектиці сучасних освітніх тенденцій. *Фінанси України*. 2012. № 2. URL:

о таке фінансова грамотність і чому вона важлива. *АТ «Ощадбанк»*. 2

ціональна стратегія розвитку фінансової грамотності до 2030 року. *Національний банк України*. URL: [https://bank.gov.ua/ua/about/strategy-](https://bank.gov.ua/ua/about/strategy-5)

5

.

Симака Марія

Наукова керівниця – проф. Зрибнєва І. П.

1

5

РОЛЬ ЛОГІСТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

г

р

У сучасних умовах зростання конкуренції підприємства змушені шукати ефективні інструменти підвищення своєї результативності. Одним із ключових факторів формування конкурентних переваг є логістика, яка забезпечує своєчасність, надійність і якість постачання товарів та послуг. Особливої актуальності це питання набуває в умовах розвитку електронної комерції, де швидкість доставки стає критично важливою для споживача. Крім того, сучасний клієнт оцінює не лише продукт, а й сервіс, частиною якого є логістичні процеси. Це зумовлює

необхідність інтеграції логістики у стратегічне управління підприємством.

Логістика охоплює всі етапи руху товару – від постачання ресурсів до доставки кінцевому споживачу. Ефективна логістична система забезпечує узгодженість процесів і мінімізацію ризиків [1]. Інтеграція логістики у загальну стратегію розвитку дозволяє компанії підвищити ефективність діяльності.

Швидкість та точність доставки безпосередньо впливають на рівень задоволеності клієнтів. Своєчасне виконання замовлень формує довіру до компанії та стимулює повторні покупки. Водночас затримки або помилки можуть негативно позначитися на репутації підприємства.

Рациональна організація логістичних процесів дозволяє зменшити витрати підприємства. Оптимізація маршрутів перевезень сприяє скороченню витрат на паливе та час доставки. Ефективне управління запасами допомагає уникнути надлишків або дефіциту товарів. Це, у свою чергу, знижує витрати на зберігання та підвищує оборотність ресурсів.

Якісна логістика формує позитивний імідж компанії та підвищує рівень довіри клієнтів. Надійність і стабільність виконання замовлень створюють відчуття впевненості у бренді, що сприяє формуванню лояльності споживачів та довгострокових відносин з ними. У конкурентному середовищі це стає важливою перевагою [2].

Зміни попиту або умов постачання вимагають оперативного реагування і саме гнучкість логістичних процесів дозволяє підприємствам адаптуватися до цих змін. Ефективна логістична система забезпечує можливість швидко змінювати маршрути та обсяги поставок, що дозволяє мінімізувати ризики та забезпечити стабільність діяльності.

Логістика є одним із ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання. Вона охоплює процеси управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками, формуючи основу для ефективного функціонування всієї операційної системи підприємства. Рациональна організація

логістичних процесів дозволяє досягти оптимального балансу між витратами та рівнем обслуговування споживачів.

Логістика безпосередньо впливає на рівень витрат підприємства, зокрема за рахунок оптимізації транспортування, складування, управління запасами та скорочення часу виконання замовлень. Водночас вона визначає якість обслуговування клієнтів. У сукупності це сприяє підвищенню загальної ефективності діяльності підприємства, зміцненню його ринкових позицій та формуванню стійких конкурентних переваг. Таким чином, логістика виступає важливим інструментом розвитку сучасного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Бутов, А. М. *Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства*. Економічний аналіз. 2013. Том 14 (2). С. 124–131. (дата звернення: 01.04.2026).
2. Бессонова, А.В., Лавренюк, Є.М., Середницька, Л.П. *Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства*. Молодий вчений. 2018. № 12 (64). С. 588-590.

Собко Аліса

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

МЕХАНІЗМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

В умовах економічної нестабільності, воєнних ризиків та глобальних ринкових трансформацій, традиційні матеріальні активи перестають бути єдиною гарантією виживання бізнесу. На перший план виходять нематеріальні чинники, серед яких ділова репутация займає ключове місце. Вона виступає своєрідним «імунітетом» організації, що дозволяє мінімізувати втрати під час

криз та швидше відновлювати ринкові позиції. Стратегічне управління репутацією сьогодні – це не просто PR-активність, а фундаментальний інструмент забезпечення економічної стійкості, який потребує системного підходу та інтеграції в загальну стратегію розвитку підприємства.

Ділову репутацію слід розглядати як сукупність оціночних суджень стейкхолдерів (клієнтів, партнерів, інвесторів, персоналу та держави) щодо діяльності підприємства, його цінностей та здатності виконувати зобов'язання [3, с. 184].

Будь-які кризові явища створюють дефіцит довіри на ринку. У таких умовах підприємство, яке володіє високим рівнем репутаційного капіталу, отримує низку переваг, зокрема:

- лояльність споживачів, оскільки клієнти схильні підтримувати перевірені бренди навіть за умови зміни цінової політики чи логістичних збоїв;
- доступ до ресурсів, адже банки та інвестори демонструють вищу готовність до реструктуризації боргів або надання нових кредитів компаніям із бездоганною історією;
- утримання талантів, оскільки висока репутація роботодавця запобігає відтоку кваліфікованих кадрів, що є критичним для збереження інтелектуального капіталу;
- зниження трансакційних витрат, бо довіра партнерів дозволяє спрощувати процедури узгодження контрактів та зменшувати витрати на контроль виконання зобов'язань [2, с. 645-646].

Системне управління репутацією повинно ґрунтуватися на інтегрованому поєднанні механізмів репутаційного аудиту та моніторингу для постійного аналізу очікувань стейкхолдерів, стратегічної соціальної відповідальності (CSR) як ключового драйвера довіри в умовах кризи, розробки протоколів антикризових комунікацій для оперативного реагування на інформаційні загрози, а також впровадження принципів етичного менеджменту та комплаєнс-контролю, що в сукупності забезпечує мінімізацію репутаційних ризиків та формування сталого позитивного іміджу підприємства [1, с. 92; 4].

Таким чином, ділова репутація є стратегічним активом, що визначає економічну стійкість підприємства. У кризових умовах

вона стає ключовим чинником виживання та розвитку. Підприємства, які інвестують у репутаційний капітал, отримують довгострокові конкурентні переваги та здатність протистояти кризовим явищам.

Список використаних джерел

1. Алькема, В. Методичні підходи до оцінки ділової репутації підприємства: забезпечення економічної безпеки та сталого розвитку. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. №4(76). С. 90–95. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/868>
2. Живко, З.Б. Ділова репутація як чинник забезпечення економічної стійкості підприємства. *Наукові перспективи*. 2024. №12(54). С. 641–654. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/18284/18333>
3. Євтушенко, О., Гапоненко, Г., Шамара, І. Репутація як фактор конкурентних переваг та довгострокового розвитку компанії. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2025. №22. С. 182–192. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/28854>
4. Коржевський, І. Концептуальний підхід щодо удосконалення забезпечення економічної безпеки підприємств під впливом ділової репутації. *Економіка та суспільство*. 2025. №73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5906>

Сокальський Роман

Наукова керівниця – проф. Вербівська Л.В.

РОЛЬ ЦИКЛУ PDCA У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕРЕРВНОГО ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний ринок є системою економічних відносин, що характеризується високою динамічністю та конкурентністю. У такому середовищі кожному виробнику та продавцю необхідно здійснювати постійний контроль якості, аби забезпечити успішність діяльності. Однією з ключових моделей підтримання конкурентоспроможності через управління якістю є цикл Шухарта-Демінга – модель PDCA (Plan-Do-Check-Act). Зазначена

модель виступає безперервним процесом, спрямованим на збереження позицій на ринку. Її ефективне застосування потребує високої кваліфікації працівників, залучених безпосередньо до виробництва продукції, надання послуг чи виконання робіт [1, с.

За моделлю PDCA процес управління якістю розглядається як динамічний цикл, що складається з послідовних етапів, спрямованих на постійне вдосконалення характеристик продукції та оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів організації, таких як:

1. Аналіз. На цьому етапі здійснюється оцінка поточної ринкової та внутрішньої ситуації у порівнянні з конкурентами. Важливо визначити реалістичні цілі досягнення максимально можливого рівня якості та розробити стратегію з урахуванням фінансових, людських, матеріальних ресурсів і часу, доступних для досягнення стандартів якості [2, с. 15]. Працівники повинні володіти цифровими та аналітичними компетентностями, необхідними для прогнозування якості продукції та змін ринкового середовища [1, с. 1].

2. Виконання. На цьому етапі важливо дотримуватися розроблених процедур і регламентів, забезпечуючи чітку узгодженість процесів у часі, щоб кінцевий продукт відповідав прогнозованим показникам якості.

3. Перевірка. Вона полягає у порівнянні фактичних результатів із плановими та їх відстеженні в динаміці. Це дає змогу виявити дефекти та невідповідності стандартам на ранніх стадіях виробництва [3, с. 41]. Сучасні методи аналізу даних дозволяють отримати цілісне уявлення про всі процеси на підприємстві [2, с. 113].

4. Дія. На цьому етапі закріплюються успішні алгоритми та процедури на практиці або виправляються допущені неточності. У разі недосягнення цілей якості процес запускається з початку з коригуванням, щоб забезпечити максимальну якість продукції. Навіть у випадку досягнення цілей перевірка якості має здійснюватися постійно [1, с. 7].

Сучасні дослідники у сфері управління якістю наголошують на необхідності залучення всього персоналу до процесів

контролю та безперервного вдосконалення характеристик продукції й послуг [3, с. 78].

Отже, цикл PDCA є універсальним механізмом удосконалення якості продукції та послуг на підприємстві. Безперервне застосування цього циклу в операційній діяльності розглядається як одна з моделей, що забезпечує високий рівень якості продукції та послуг. Використання зазначеної методики є запорукою успішної адаптації підприємства до умов динамічного ринкового середовища та гарантією його довготривалого комерційного успіху.

Список використаних джерел

1. Сидоренко, В. В. Цикл Шухарта-Демінга (PDCA) для організації безперервного професійного розвитку фахівців : тези доп. Київ : ДЗВО «УМО» НАПН України. 2020. С. 1-8. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/720165/>
2. Одарченко, А. М., Одарченко, Д. М., Одарченко, М. С., та ін. Управління якістю товарів : навчальний посібник. Харків : Харківський державний університет харчування та технологій, 2018. 270 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0059675.pdf>
3. Леськів, Г., Гобела, В. Управління якістю : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 256 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/8617>

Ставіла Данієлла

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ

Повномасштабна війна стала визначальним чинником трансформації системи публічних фінансів України. В умовах воєнного стану публічні фінанси виконують ключову функцію забезпечення обороноздатності держави, підтримання соціальної стабільності та фінансування критично важливих сфер. Водночас їх функціонування супроводжується значними викликами, серед

яких – стрімке зростання державних видатків, зниження бюджетних доходів, інфляційні процеси та зростання залежності від зовнішнього фінансування.

Однією з ключових тенденцій є істотна трансформація структури державного бюджету. Значна частина фінансових ресурсів спрямовується на сектор безпеки і оборони, що обумовлює необхідність перерозподілу видатків і обмеження фінансування окремих соціально-економічних програм. Відповідно, держава змушена забезпечувати баланс між фінансуванням оборонних потреб і збереженням соціальних гарантій, що є складним завданням в умовах обмежених ресурсів [1].

Суттєвим викликом є також скорочення доходної частини бюджету. Руйнування виробничої інфраструктури, зниження ділової активності та переміщення населення призводять до зменшення податкових надходжень.

У таких умовах особливого значення набуває міжнародна фінансова допомога, яка дозволяє компенсувати дефіцит бюджету та підтримувати стабільність публічних фінансів. Водночас ефективне використання таких ресурсів потребує високого рівня прозорості та підзвітності [2].

Податкова політика в умовах війни зазнає суттєвих змін, спрямованих на підтримку бізнесу та збереження економічної активності. Зокрема, держава впроваджує спрощені режими оподаткування та адміністративні послаблення. Разом із цим посилюється значення контролю за ефективністю використання бюджетних коштів, що пов'язано з необхідністю мінімізації корупційних ризиків та забезпечення цільового використання ресурсів [2].

Функціонування банківської системи та валютного ринку також відбувається в умовах підвищеної нестабільності. Коливання валютного курсу, інфляційний тиск та обмеження фінансових ресурсів створюють додаткові ризики для макрофінансової стабільності. Водночас банківський сектор відіграє важливу роль у фінансуванні державних потреб та підтримці економіки [1].

Важливим напрямом залишається забезпечення соціальних видатків. Незважаючи на пріоритетність оборонного фінансування, держава повинна виконувати свої зобов'язання щодо виплати пенсій, фінансування медицини та соціального захисту населення. Це формує необхідність пошуку оптимального балансу між оборонними та соціальними витратами як ключового чинника підтримання довіри громадян [1].

Отже, функціонування публічних фінансів України в умовах війни характеризується високим рівнем динамічності та невизначеності. Ефективність цієї системи залежить від здатності держави адаптувати фінансову політику до нових викликів, забезпечувати прозорість управління ресурсами та підтримувати макрофінансову стабільність. Вирішення зазначених проблем є передумовою не лише стабілізації економіки, а й успішного повоєнного відновлення.

Список використаних джерел

адіонов, Ю. Д. Управління бюджетними видатками в умовах війни. *Ф*

крипник, Г., Демінська, Д., Дудник, М. Вплив війни на публічні фінанси та управління: виклики та рішення. *Економіка та суспільство*. 2024. № *а*

н

с

и

Стахова Софія

Наукова керівниця – проф. Островська Н.С.

ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

р

а Валютний ринок в умовах воєнного стану зазнав суттєвих змін, що значно потребують посиленої уваги з боку державних органів. Через нестабільність економіки в країні, значні коливання валютного курсу, відтік капіталу, а також девальвацію національної валюти, для збереження стабільності ринку потрібно посилювати валютне регулювання [1].

0 Після початку повномасштабної війни валютне регулювання НБУ було спрямоване на стабілізацію економічної ситуації в

4

.

країні через жорсткі обмеження: офіційний курс був фіксований, обмеження на виведення капіталу за кордон, встановлення лімітів на купівлю валюти для населення та бізнесу. Основна мета – збереження стабільності національної грошової одиниці – гривні, золотовалютних запасів держави, забезпечення безперебійних міжнародних розрахунків та недопущення панічних настроїв населення, а згодом створити такі умови, аби мати змогу пом'якшити обмеження НБУ [2].

Варто додати, що завдяки фіксованому валютному курсу на початковому етапі війни вдалося знизити інфляційні очікування та стабілізувати ціни на імпортні товари. Проте з часом така валютна політика спричинила виникнення множинності курсів (офіційного та готівкового), що значно ускладнило функціонування валютного ринку.

З 2024 року НБУ почав запроваджувати валютну лібералізацію, що значно зменшило обмеження для населення та бізнесу. Особливо варто звернути увагу на запровадження нових інструментів пом'якшення валютних обмежень, які вступили в дію з 14 січня 2026 року. До них відносять: впровадження "позикового ліміту", що дозволило підприємствам усе більше залучати фінансування з-за кордону, розширення можливостей для підприємств здійснювати міжнародні операції, що посприяло відновленню інвестиційної активності України у світовій економіці. Політика "стимулюючої лібералізації" була спрямована не лише на зняття валютних обмежень, а й на те, аби мати змогу створити сприятливе середовище для притоку іноземного капіталу [3].

Таким чином, валютний ринок України в умовах воєнного стану зазнав суттєвої трансформації: від жорсткого валютного регулювання на початку війни до поступової валютної лібералізації.

Разом із тим, валютна лібералізація супроводжувалася певними ризиками, а саме: можливий повторний відтік капіталу, тиск на валютний курс та зменшення міжнародних резервів. НБУ через превентивні заходи здійснював валютні пом'якшення поступово та обережно з урахуванням необхідності збереження

макрофінансової стабільності та контролю за валютним ринком. Це свідчить про перехід до гнучкої моделі регулювання, що поєднує в собі ринкові механізми та державний контроль [4].

Список використаних джерел

ондарчук, М.Є. Функціонування та розвиток валютного ринку України в контексті глобальних фінансових трансформацій. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2025. № 3 (33). С.12-

а

ро внесення змін до постанови Правління Національного банку України від 24 лютого 2022 року № 18: Постанова Правління Національного банку України від 13.01.2026 № 2. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/law/13012026_2.pdf?v=16 (дата звернення: 30.03.2026).

ом'якшення валютних обмежень у 2026 році: результати зустрічі НБУ з

б

б

з

н

т

и

в

м

д

в

б

с

м

р

д

р

д

б

д

н

д

м

д

н

н

о

г

о

с

Стецюк Вікторія

Наукова керівниця – асист. Ковальчук Н.О.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах війни українські підприємства функціонують у надзвичайно складному середовищі, яке характеризується руйнуванням логістичних ланцюгів, зниженням платоспроможного попиту, ризиками безпеки та нестабільністю ринків. У таких умовах питання підвищення прибутковості набуває не лише економічного, а й стратегічного значення, оскільки прибуток забезпечує виживання та відновлення бізнесу. За період 2020–2024 рр. чистий фінансовий результат підприємств України характеризується значною нестабільністю та різкими коливаннями. У 2020 р. показник становив 68054,9 млн грн, у 2021 р. спостерігалось різке зростання до 885276,5 млн грн, що свідчить про суттєве покращення фінансових результатів

діяльності. Однак у 2022 р. відбулося різке падіння до від'ємного значення (-276277,7) млн грн, що може бути наслідком кризових явищ, пов'язаних із воєнними діями та погіршенням економічного середовища. У 2023 р. ситуація частково стабілізувалася, і показник зріс до 427672,6 млн грн, а у 2024 р. продовжив позитивну динаміку, досягнувши 665011,1 млн грн. Загалом за період 2024/2020 роки чистий фінансовий результат зріс на 596956,2, що свідчить про відновлення та поступове зміцнення фінансового стану підприємств після кризового спаду 2022 року [1].

Основні шляхи підвищення прибутку підприємств України в умовах війни:

1. Оптимізація витрат та ресурсів. Одним із ключових напрямів є скорочення неефективних витрат. Підприємства змушені переглядати структуру витрат, відмовлятися від другорядних процесів, оптимізувати адміністративні витрати та зменшувати енергоспоживання. Важливим є також перехід на більш економні технології виробництва та використання альтернативних джерел енергії.

2. Перебудова логістики та постачання. Війна суттєво порушила логістичні маршрути, тому підприємства змушені шукати нові канали постачання сировини та збуту продукції. Використання альтернативних транспортних шляхів, співпраця з локальними постачальниками та створення запасів дозволяють зменшити ризики та втрати, що прямо впливає на прибутковість.

3. Диверсифікація ринків збуту. Значним резервом підвищення прибутку є вихід на нові ринки, зокрема, європейські країни.

4. Цифровізація бізнес-процесів. Впровадження цифрових технологій дозволяє зменшити витрати та підвищити ефективність управління. Онлайн-продажі, автоматизація обліку, CRM-системи та дистанційне управління процесами забезпечують швидшу адаптацію до змін ринку.

5. Підвищення якості продукції та адаптація асортименту. У кризових умовах споживачі стають більш чутливими до ціни та

якості. Тому підприємства змінюють асортимент продукції, орієнтуючись на більш доступні або критично необхідні товари.

6. Пошук державної та міжнародної підтримки. Важливим фактором є використання грантових програм, міжнародної допомоги та державних компенсацій. Це дозволяє частково покривати витрати та підтримувати прибутковість.

7. Гнучка цінова політика. Підприємства змушені оперативно реагувати на зміни попиту та собівартості продукції. Використання гнучкого ціноутворення дозволяє утримувати клієнтів і водночас забезпечувати мінімально необхідний рівень прибутку.

Отже, підвищення прибутку підприємств України в умовах війни можливе лише за умови комплексного підходу, який включає оптимізацію витрат, перебудову логістики, диверсифікацію ринків збуту, цифровізацію та активне використання зовнішньої підтримки.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: офіційний вебсайт. URL: <https://statzvit.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.03.2026).

Танас Анна

Наукова керівниця – проф. Островська Н.С.

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АНТИІНФЛЯЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

У сучасних умовах функціонування економіки України, що перебуває під впливом повномасштабної війни, питання підвищення ефективності антиінфляційної політики набуває актуальності. Діяльність Національного банку України відбувається в умовах макроекономічної нестабільності, що ускладнює досягнення цінової стабільності як ключової стратегічної цілі [1]. Однією з головних особливостей сучасної монетарної політики є трансформація класичної моделі інфляційного таргетування [2]. У воєнний період інфляція в

Україні формується переважно під впливом немонетарних чинників, зокрема руйнування виробничих потужностей, порушення логістичних ланцюгів, зростання витрат на енергоресурси та девальваційного тиску. Це свідчить про обмежену ефективність традиційних інструментів грошово-кредитної політики у стримуванні інфляційних процесів [4].

Для НБУ стало викликом послаблення трансмісійного механізму монетарної політики. У мирний час зміна облікової ставки впливає на рівень кредитування, інвестиційну активність і споживчий попит. Проте в умовах війни економічні суб'єкти орієнтуються не лише на вартість ресурсів, а й на високі ризики. У результаті ефективність облікової ставки як основного інструменту антиінфляційного регулювання суттєво знижується [3]. Слід приділити увагу ролі інфляційних очікувань населення та бізнесу. У кризових умовах вони стають менш стабільними та більш залежними від зовнішніх шоків. Зростання інфляційних очікувань стимулює підвищення попиту, що, у свою чергу, посилює інфляційний тиск. Тому одним із ключових напрямів підвищення ефективності політики НБУ є забезпечення прозорості комунікації та підвищення довіри до його дій [4].

Підвищення ефективності антиінфляційної політики потребує комплексного підходу. Насамперед це стосується вдосконалення монетарних інструментів. Зокрема, необхідним є більш гнучке застосування облікової ставки з урахуванням реальних макроекономічних умов, а також активніше використання додаткових інструментів регулювання ліквідності банківської системи [3]. Не менш важливим є посилення координації між монетарною та фіскальною політикою. Значний бюджетний дефіцит та його фінансування можуть нівелювати результати антиінфляційних заходів НБУ. У зв'язку з цим ефективна антиінфляційна політика можлива лише за умови узгоджених дій Національного банку та уряду [1].

Таким чином, можна стверджувати, що антиінфляційна політика України в умовах воєнного стану має бути адаптивним характером і потребує поєднання монетарних, фіскальних і структурних заходів. Хоча ефективність політики Національного

банку України значною мірою залежить від зовнішніх обставин і від узгодженості з іншими напрямками державної економічної політики, він відіграє важливу роль у забезпеченні макрофінансової стабільності [1; 2].

Список використаних джерел:

1. National Bank of Ukraine. Financial Stability Report : офіційний сайт Національного банку України. URL : <https://bank.gov.ua/ua/stability/report> (дата звернення: 29.03.2026).

2. Ільчук, П. Г., Коць, О. О., Данилів, І. Л. Інфляційне таргетування як стратегія грошово-кредитної політики: закордонний та вітчизняний досвід. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 11. URL :

3. Васильєв, О. В. Монетарна політика: механізми впливу на інфляцію

т
а
:
е
я
н
я
л
м
т

Танасієвич Анастасія

Науковий керівник – асист. Нікульча Валентин

БРЕНДИНГ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ КОМПАНІЇ

У сучасних умовах розвитку ринку брендинг є невід'ємною складовою маркетингової діяльності компаній. Насиченість ринку великою кількістю конкурентних товарів і послуг зумовлює необхідність їх диференціації, що забезпечується через формування бренду як інструменту створення конкурентних переваг. Відповідно, брендинг і ребрендинг стають важливими елементами стратегічного розвитку компаній, оскільки дозволяють адаптуватися до змін середовища та підвищувати конкурентоспроможність [1].

Класичне визначення бренду запропоноване Філіпом Котлером, який трактує його як «ім'я, термін, знак, символ або дизайн, або їх комбінацію, що призначені для ідентифікації товарів і послуг одного продавця та їх диференціації від конкурентів» [2, 443].

з
н
е
с

Згідно з асоціативною моделлю пам'яті, бренд у свідомості споживача представлений у вигляді системи взаємопов'язаних асоціацій – характеристик продукту, емоцій, досвіду та образів. Механізм «поширення активації» пояснює, що при згадці про бренд активуються пов'язані з ним елементи, а сила цих зв'язків визначає інформацію, яка буде відтворена [3].

Сучасне розуміння брендингу виходить за межі лише ідентифікації товару і охоплює формування цілісного сприйняття компанії. Брендинг відображає сутність бізнесу, включаючи його цінності, місію та емоційний зв'язок із цільовою аудиторією. Важливо, що ефективний бренд ґрунтується не лише на візуальних елементах, а й на обіцянці цінності та досвіді, який отримує споживач у процесі взаємодії з компанією [4].

Розвиток брендингу тісно пов'язаний із трансформаціями сучасного суспільства та ускладненням продуктів. Сучасні споживачі функціонують в умовах інформаційного перевантаження, що ускладнює аналіз характеристик товарів. У таких умовах бренд виконує функцію спрощення сприйняття інформації, виокремлюючи найбільш значущі для споживача характеристики та полегшуючи прийняття рішення про покупку.

У системі маркетингу брендинг реалізується через стратегічні комунікації, що забезпечують передачу цінності бренду цільовій аудиторії. Маркетинг виступає інструментом реалізації бренду, забезпечуючи дослідження ринку, сегментацію споживачів, формування релевантних повідомлень та використання інтегрованих каналів комунікації. Таким чином створюються передумови для ефективного позиціонування бренду та забезпечення його сприйняття споживачами [4].

Отже, брендинг у системі маркетингу компанії виконує комплексну функцію: забезпечує ідентифікацію та диференціацію продукту, формує асоціативні зв'язки у свідомості споживачів, спрощує процес вибору та підвищує ефективність комунікацій. У сучасних умовах розвиток брендингу та впровадження інноваційних підходів, зокрема ребрендингу, є важливими факторами зміцнення конкурентних позицій компанії.

Список використаних джерел

Е

к

о

н

б

м

і

ф

нURL: <https://www.jstor.org/stable/1232694>

и

й

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ

АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ

в

і

с

В умовах зростаючої складності фінансових систем та збільшення обсягів даних традиційні методи оцінки ризику – такі як Value-at-Risk (VaR), сценарний аналіз та моделі на основі нормального розподілу – демонструють суттєві обмеження. Вони погано масштабуються на нелінійні залежності та не враховують “товсті хвости” розподілів, характерні для реальних фінансових ринків. Саме це зумовлює зростаючий інтерес до методів штучного інтелекту (ШІ) як альтернативи класичним підходам у ризик-менеджменті.

v

Штучний інтелект охоплює широкий спектр методів – від класичного машинного навчання (логістична регресія, дерева рішень, градієнтний бустинг) до сучасних архітектур глибокого навчання (LSTM, автоенкодера, трансформери).

у

Ключова перевага ШІ полягає у здатності виявляти приховані нелінійні закономірності та навчатися на надвеликих масивах різномірних даних. Зокрема, алгоритм XGBoost демонструє стабільно високі результати у задачах кредитного скорингу та виявлення шахрайства завдяки ансамблевому підходу та вбудованій регуляризації.

у

Для аналізу часових рядів у фінансовому ризик-менеджменті особливо ефективними виявилися рекурентні нейронні мережі типу LSTM (Long Short-Term Memory), здатні враховувати

р

р

U

R

L

і

Тимчук Андрій

Наукова конференція – доц. Маханець Л.Л.

довгострокові залежності у послідовних даних. Дослідження показують, що LSTM-моделі перевершують класичні GARCH-моделі у прогнозуванні волатильності та виявленні аномалій у транзакційних потоках. Трансформерні архітектури відкрили нові можливості для аналізу неструктурованих текстових даних – новинних потоків та корпоративних звітів – з метою раннього виявлення репутаційних ризиків.

Практичне застосування ШІ охоплює різні галузі. У банківській сфері ML-моделі використовуються для оцінки кредитоспроможності позичальників, моніторингу транзакцій на предмет відмивання коштів (AML) та стрес-тестування портфелів. У кібербезпеці алгоритми несупервайзованого навчання – зокрема ізоляційний ліс та автоенкодери – застосовуються для виявлення аномального мережевого трафіку та кібератак нульового дня [1].

Водночас слід зазначити, що застосування ШІ у ризик-менеджменті супроводжується низкою суттєвих викликів. По-перше, проблема інтерпретованості: складні нейронні мережі є “чорними скриньками”, що ускладнює обґрунтування рішень перед регуляторами. Методи пояснюваного ШІ (XAI) – зокрема SHAP і LIME – частково вирішують цю проблему. По-друге, концептуальний зсув: зміна статистичних властивостей вхідних даних у часі (як під час фінансових криз чи пандемії) може різко знизити точність моделей. По-третє, систематичні упередження у навчальних даних здатні породжувати дискримінаційні рішення, що суперечать регуляторним вимогам ЄС у рамках AI Act.

Таким чином, ШІ-методи демонструють значний потенціал для підвищення якості аналізу ризику порівняно з традиційними статистичними підходами. Проте їх ефективне впровадження потребує комплексного вирішення проблем інтерпретованості, надійності та відповідності регуляторним вимогам.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка гібридних моделей, що поєднують математичну строгість класичних методів із потужністю глибокого навчання, а також застосування федеративного навчання для аналізу ризиків у розподілених системах.

Список використаних джерел

1. Піжук, О. Штучний інтелект як один із ключових драйверів цифрової трансформації економіки. URL: https://www.researchgate.net/publication/337751419_Stucnij_intelekt_ak_o_din_iz_klucovih_drajveriv_cifrovoi_transformacii_ekonomiki

Тіщенко Софія
Наукова керівниця – доц. Водянка Л. Д.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ЮРИДИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

У сучасних умовах трансформації економіки та посилення конкуренції ефективне управління людськими ресурсами набуває ключового значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Персонал виступає стратегічним ресурсом організації, оскільки рівень його професійної підготовки, мотивації та організації праці безпосередньо визначає результативність діяльності та якість управлінських рішень.

Особливої актуальності HR-менеджмент набуває у сфері юридичних послуг, що характеризується високим рівнем інтелектуалізації праці, значною відповідальністю та необхідністю постійного оновлення знань. Якість юридичних послуг прямо залежить від компетентності, досвіду, аналітичних і комунікативних здібностей працівників, що обумовлює підвищені вимоги до системи управління персоналом.

Об'єктом дослідження є адвокатське об'єднання «Адвокатська фірма Грамацький і Партнери», діяльність якого пов'язана з наданням комплексних юридичних послуг. Аналіз діяльності організації засвідчив, що управління персоналом здійснюється без виокремленого HR-підрозділу, а відповідні функції покладені на керівництво та адміністративний персонал. Така модель є типовою для малих юридичних організацій і забезпечує оперативність прийняття управлінських рішень та гнучкість реагування на зміни зовнішнього середовища, однак

водночас обмежує стратегічність, формалізацію та системність кадрової політики. Добір персоналу здійснюється з урахуванням підвищених професійних вимог, зокрема наявності вищої юридичної освіти, практичного досвіду, розвинених аналітичних і комунікативних компетентностей, що зумовлено специфікою юридичної діяльності, яка передбачає високий рівень інтелектуального навантаження та відповідальності.

Система управління персоналом організації характеризується комплексністю та охоплює процеси адаптації, оцінювання, мотивації та професійного розвитку працівників. Зокрема, впровадження адаптаційних практик сприяє ефективній інтеграції нових співробітників у колектив та підвищенню їх продуктивності на початкових етапах діяльності. Оцінювання результатів праці здійснюється за сукупністю кількісних і якісних показників, серед яких – якість виконання професійних завдань, ефективність ведення справ, дотримання термінів та рівень задоволеності клієнтів.

Мотиваційний механізм має інтегрований характер і поєднує матеріальні (заробітна плата, преміювання) та нематеріальні стимули (можливості професійного зростання, участь у складних проєктах, кар'єрне просування), що відповідає сучасним концепціям управління людськими ресурсами, орієнтованим на підвищення залученості та утримання персоналу.

Аналіз кадрового потенціалу свідчить про високий рівень кваліфікації працівників (понад 90% мають вищу освіту), водночас рівень плинності кадрів у межах 10-15% обумовлений інтенсивністю праці та високими вимогами до якості виконання професійних обов'язків.

Узагальнюючи, слід зазначити, що управління людськими ресурсами у юридичних організаціях має виражену специфіку та потребує інтеграції організаційних, економічних і соціально-психологічних підходів. Пріоритетними напрямками вдосконалення є формалізація HR-процесів, впровадження сучасних управлінських інструментів, розвиток системи безперервного професійного навчання та посилення ролі

корпоративної культури як інструменту стратегічного розвитку організації.

Список використаних джерел

двокатське об'єднання «Адвокатська фірма “Грамацький і Партнери”». Офіційний сайт. URL: <https://gramatskiy.com/> (дата звернення:

R-технології : навчальний посібник / Зоряна Кобеля, Любов Водянка. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 400 с.

Ткач Віктор

Науковий керівник – доц. Ткач Є.В.

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИХ ТЕХНОЛОГІЙ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

Обслуговування клієнтів у банківській діяльності зазнало доволі суттєвої трансформації, яка відбулася за допомогою цифровізації. Одним з найбільших етапів розвитку цифровізації у банківській системі є створення цифрових платформ, які змінили уявлення клієнтів та банків про підходи щодо надання фінансових послуг, структуру фінансового ринку та специфіку конкуренції на ринку банківських послуг в цілому. Фінтех-компанії, глобальні технологічні корпорації (BigTech), необанки, а також різноманітні партнерські цифрові екосистеми формують нові умови для отримання фінансових послуг споживачами.

Незважаючи на активний процес вивчення та розвитку наукових досліджень на тематику цифровізації у банківській системі, деякі питання функціонування банків у новому середовищі залишаються доволі дискусійними. Так, Соломатіна Т.В. зазначила: «Попри значну кількість наукових праць, присвячених цифровізації фінансових послуг, низка аспектів залишається недостатньо дослідженою. По-перше, актуальною залишається проблема інтеграції банків у цифрові екосистеми як окремих повноцінних гравців, а не лише провайдерів сервісів. По-друге, потребує глибшого аналізу трансформація

конкурентної моделі фінансового ринку, де змагаються не лише банки, а й технологічні компанії з глобальною присутністю. По-третє, недостатньо висвітлено ризики цифрової монополізації BigTech-компаній, а також їхній вплив на фінансову стабільність і регуляторну політику» [1]. Банкам слід ретельно поставитися до питання впровадження новітніх технологій, адже більший розвиток даної сфери допомагатиме зміцнювати їхнє місце на конкурентному ринку.

Значну роль на сьогоднішній день у розвитку клієнтоорієнтованих технологій відіграє використання технологій штучного інтелекту. На даний момент часу, доволі мала кількість банків в Україні застосовує штучний інтелект, що, на нашу думку, є неправильним. Наприклад, провідні банки світу – Bank of America, JPMorgan Chase, Goldman Sachs та інші – вже широко впроваджують технології штучного інтелекту у свою діяльність. Такі інструменти застосовуються для обробки та глибокого аналізу великих масивів даних, прогнозування потенційних фінансових ризиків, а також створення персоналізованих банківських продуктів і послуг, що дозволяє підвищити ефективність управління та якість обслуговування клієнтів. Деякі українські банківські установи застосовують вже штучний інтелект у своїй діяльності, але він спрямований виключно тільки для кредитного скорингу, здійснення аналітики та передбачення поведінки клієнтів, а також для удосконалення організації роботи кол-центрів [2].

Таким чином, цифровізація виступає важливим компонентом удосконалення клієнтоорієнтованих технологій банківського обслуговування населення. Адже використання та розвиток сучасних цифрових рішень банківського обслуговування надають змогу банкам підвищувати якість надання фінансових послуг, зміцнювати конкурентні позиції на ринку. Майбутній розвиток цифровізації у банківській діяльності сприятиме розвитку більш доступної системи обслуговування, орієнтованої на потреби споживача.

Список використаних джерел

оломатіна, Т.В. Вплив цифрових платформ на конкуренцію в банківській

сфері та фінансових послугах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 77. с. (дата звернення 30.03.2026)

країнські банки активно впроваджують штучний інтелект. *Invest News*

M

e

d

i

a

2

0

2

5

Ткачук Софія

Науковий керівник – проф. Григорків М.В.

МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Актуальність дослідження: можливість з'ясувати та врахувати нові соціально-економічні чинники, які є основою ринку праці в умовах екологічного розвитку економіки. Перехід до «зеленої» економіки спричиняє появу нових професійних сфер, які створюють потребу побудови адекватних моделей для прогнозу рівня безробіття, зайнятості та зміни структури зайнятості. В умовах глобальних викликів, таких як кліматичні, енергетичні та цифрові зміни, ринок праці стає ключовим механізмом забезпечення сталого розвитку.

Мета дослідження полягає у розробці та перевірці економіко-математичної моделі ринку праці, яка враховує вплив «зелених» інвестицій та екологічної політики на рівень зайнятості.

Завдання дослідження включають:

оняття попиту та пропозиції на ринку праці в умовах сталого розвитку.

наліз сучасних тенденцій ринку праці в Україні та ЄС.

обудова економетричної моделі залежності рівня безробіття від екологічних, економічних та соціальних факторів.

цінка впливу «зелених» інвестицій на формування нових робочих місць.

Методологія дослідження: регресійний аналіз, методи економетричного моделювання, статистичні дані Державної служби статистики України (табл. 1).

Аналіз показує, що зростання частки «зелених» секторів у ВВП супроводжується поступовим зниженням рівня безробіття. Економічні фактори (зростання ВВП на душу населення) також мають прямий вплив на скорочення безробіття. Соціальні фактори демонструють тенденцію до зменшення частки молоді серед безробітних, що свідчить про поступову інтеграцію молодих спеціалістів у нові сегменти ринку праці.

Таблиця 1

Залежність рівня безробіття від факторів
(за даними Держстату)

Рік	Рівень безробіття, % ($\hat{r}$)	Економічний фактор (ВВП на душу населення, тис. грн) (x)	Соціальний фактор (частка молоді у складі безробітних, (y)	Екологічний фактор (частка «зелених» секторів у ВВП, (z)

Примітка: дані взяті з офіційних статистичних матеріалів Держстату; екологічні показники – частка секторів відновлюваної енергетики, енергоефективного будівництва та переробки відходів у ВВП.

Побудована на основі цих даних економетрична модель має вигляд:

$$\hat{r} = \alpha + \beta_1 x + \beta_2 y + \beta_3 z.$$

Отже, модель підтверджує значущість екологічних інвестицій як чинника формування нових робочих місць та зниження рівня безробіття. Це свідчить про необхідність інтеграції екологічної політики у стратегії розвитку ринку праці України [1-3].

Список використаних джерел

еляєв, О.О., Колот, А.М. Ринок праці та зайнятість населення: сучасні тенденції та перспективи розвитку. К.: КНЕУ, 2022.

ондаревська, К.В. Сучасні тенденції розвитку ринку праці в контексті соціальної безпеки держави. *Проблеми економіки*. 2019. №3.

ержавна служба статистики України. <http://www.ukrstat.gov.ua>

Толюлюк Едгар

Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.

ВПЛИВ НАВЧАННЯ КРИПТОГРАМОТНОСТІ НА РОЗВИТОК КРИПТОРИНКУ

Сучасний етап цифровізації економіки характеризується активним поширенням криптовалют і фінансових інструментів, заснованих на блокчейн-технологіях. Крипторинок створює нові можливості для інвестування, міжнародних розрахунків і розвитку децентралізованих фінансових систем, однак водночас супроводжується значними ризиками, що актуалізує потребу в належному рівні криптограмотності користувачів.

Дослідження спрямоване на аналіз впливу навчання криптограмотності на розвиток криптовалютного ринку та рівень фінансової обізнаності користувачів. У його межах розкривається сутність криптограмотності, обґрунтовується роль освітніх програм у формуванні знань про криптовалюту та досліджується вплив рівня обізнаності учасників на функціонування і стабільність крипторинку.

Теоретичну основу становлять праці дослідників криптовалют і блокчейн-технологій, зокрема Сатоші Накамото, Мелані Свон, Андреас Антонопулос, Пол Вігна та Майкл Кейсі, Миронов О.

Криптограмотність доцільно розглядати як інтегровану сукупність знань і практичних навичок, необхідних для розуміння механізмів функціонування криптовалют, блокчейн-технологій, криптогаманців та пов'язаних із ними ризиків. Вона охоплює здатність аналізувати динаміку крипторинку, оцінювати інвестиційні можливості та забезпечувати належний рівень безпеки цифрових активів [1].

Стрімке зростання кількості користувачів криптовалют, що вже перевищує 400 мільйонів осіб у світі, свідчить про масштабне поширення цифрових активів. Водночас значна частина учасників ринку розпочинає інвестиційну діяльність без належної підготовки, що обумовлює підвищені ризики фінансових втрат і вразливість до шахрайських практик.

Навчання криптограмотності виступає ефективним інструментом формування необхідних компетентностей та може реалізовуватися через освітні курси, онлайн-платформи й спеціалізовані програми підготовки. Таке навчання сприяє глибшому розумінню функціонування крипторинку, розвитку навичок оцінювання ризиків і прийняття обґрунтованих фінансових рішень [2].

Загалом підвищення рівня криптограмотності позитивно впливає на розвиток криптовалютного ринку, забезпечуючи зростання його стабільності та прозорості. Обізнані користувачі демонструють більш відповідальну поведінку, рідше стають жертвами шахрайства та формують передумови для сталого функціонування ринку цифрових активів.

Криптограмотність виступає ключовим елементом сучасної фінансової грамотності та безпосередньо впливає на розвиток криптовалютного ринку. Навчання основам функціонування криптовалют і цифрових активів забезпечує підвищення рівня обізнаності користувачів, формує здатність оцінювати ризики та приймати обґрунтовані фінансові рішення.

Розширення освітніх програм у цій сфері сприяє зниженню рівня шахрайства і фінансових втрат, підвищує відповідальність учасників ринку та формує передумови для його стабільного, прозорого й безпечного розвитку.

Список використаних джерел

1. Миронов, О. Г. (2024) Віртуальні активи та економічна і технологічна грамотність: вплив на поведінку споживачів та інвесторів у глобальній е

Kyashi, F., Routh, A. (2025) Financial literacy, risk tolerance, and cryptocurrency ownership in the United States. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. 2025. Vol. 46. Art. 101060. DOI: 10.1016/j.jbef.2025.101060

М

і

ц

і

Г

10.1016/j.jbef.2025.101060.

URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2214635025000413>.**Тома Елена***Наукова керівниця – доц. Сокровольська Н.Я.*

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТІВ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

В умовах децентралізації та посилення ролі територіальних громад у соціально-економічному розвитку питання фінансового забезпечення молодіжних проєктів набуває особливого значення. Молодіжні ініціативи виступають важливим чинником формування людського капіталу, розвитку громадянської активності та соціальної згуртованості.

За даними аналітичних матеріалів порталу «Децентралізація», сучасна молодіжна політика на місцевому рівні дедалі більше базується на використанні програмно-цільового фінансування та конкурсних механізмів підтримки [1].

Водночас система фінансування молодіжних проєктів характеризується низкою обмежень. Насамперед це недостатність фінансових ресурсів місцевих бюджетів, особливо в умовах воєнного стану. Додатковими проблемами є недостатня прозорість розподілу коштів, відсутність чітких критеріїв оцінки ефективності проєктів та низький рівень інформованості молоді про доступні фінансові можливості.

За оцінками Organisation for Economic Co-operation and Development, ефективність молодіжної політики значною мірою залежить від доступу до фінансування та інституційної спроможності органів влади забезпечувати прозоре управління ресурсами [2].

У цих умовах особливого значення набуває поєднання конкурсного фінансування з механізмами участі громадян у бюджетному процесі. Важливим інструментом є партисипативне бюджетування, яке дозволяє молоді безпосередньо брати участь у розподілі частини місцевого бюджету через подання та голосування за проєкти. Такий підхід забезпечує не лише

ефективніше використання коштів, а й формує практичні навички громадянської участі та відповідальності.

В Україні ці механізми реалізуються через місцеві програми та цифрові платформи, що сприяє підвищенню відкритості бюджетного процесу [1].

Залучення молоді до фінансування проєктів потребує створення відповідних умов: інформаційної доступності, наявності окремих конкурсів або квот для молодіжних ініціатив, а також розвитку молодіжних рад і освітніх програм з підготовки проєктів.

Додатковим ресурсом є партнерство з бізнесом і громадськими організаціями, що дозволяє розширити фінансову базу та підвищити ефективність реалізації ініціатив.

Таким чином, фінансове забезпечення молодіжних проєктів у територіальних громадах має комплексний характер і передбачає поєднання бюджетних ресурсів, конкурсних механізмів та інструментів громадської участі.

Фінансування молодіжних проєктів є важливим інструментом розвитку територіальних громад, оскільки сприяє формуванню людського капіталу та підвищенню соціальної активності населення. Встановлено, що ключовими обмеженнями залишаються недостатність ресурсів, недосконалість механізмів розподілу коштів і низький рівень залучення молоді.

Отже, підвищення ефективності фінансового забезпечення можливе за умови поєднання прозорих конкурсних процедур із механізмами партисипативного бюджетування, що забезпечують безпосередню участь молоді у прийнятті фінансових рішень. Саме така модель дозволяє не лише оптимізувати використання ресурсів, а й сформувати стійку основу для розвитку громад.

Список використаних джерел

олодіжна політика та інструменти участі громадян у громадах. Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua> (дата звернення:

(дата звернення: 30.03.2026).

Третяк Ганна
Наукова керівниця – проф. Островська Н. С.

РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

У сучасних умовах цифровізації економіки фінансові технології стають одним із ключових драйверів трансформації фінансових систем у світі та в Україні. Впровадження інновацій у фінансову сферу підвищує ефективність роботи банківського сектору, доступність фінансових послуг та сприяє загальному економічному розвитку держави.

Перш за все, фінансові технології значно підвищує фінансову інклюзію населення. Завдяки розвитку мобільного банкінгу, онлайн-платежів та електронних гаманців громадяни можуть здійснювати фінансові операції швидко, зручно та без відвідування банків. Це особливо важливо для віддалених регіонів України. За даними НБУ, понад 70% дорослого населення користуються безготівковими платежами, а частка безготівкових операцій за картками перевищує 60% від загальної кількості операцій [1].

Розвиток фінансових технологій стимулює конкуренцію на фінансовому ринку. В Україні функціонує понад 200 FinTech-компаній, які працюють у сферах платежів, кредитування, страхування та блокчейну. Поява стартапів змушує традиційні банки впроваджувати інновації, покращувати обслуговування та знижувати комісії, що вигідно для споживачів.

Ефективність роботи фінансових установ також підвищується завдяки технологіям Big Data та штучного інтелекту. Скорингові моделі дозволяють оцінювати кредитоспроможність клієнтів із більшою точністю, зменшуючи частку проблемних кредитів та підвищуючи стабільність фінансової системи.

Особливе значення має цифровізація державних послуг. За даними у 2025 році 59% українців користувалися електронними державними послугами, при цьому 48% користувачів

використовували застосунок «Дія». Рівень задоволеності цифровими сервісами становить близько 85%, що підтверджує їх ефективність. Однак 22% населення не користуються послугами через недостатні цифрові навички, 15,5% через недовіру до сервісів та 15% через відсутність доступу до пристроїв. Таким чином, розвиток платформ сприяє підвищенню безготівкових розрахунків, електронної ідентифікації та загальної цифровізації економіки, що позитивно впливає на фінансову систему [2].

Разом із перевагами, розвиток фінансових технологій супроводжується певними ризиками. Це кіберзагрози, шахрайство та недостатній рівень фінансової грамотності населення. Для їх мінімізації необхідне вдосконалення нормативної бази, посилення кібербезпеки та проведення освітніх програм.

Державна підтримка цифровізації та фінансових технологій, зокрема політика НБУ щодо безготівкової економіки та розвиток електронних сервісів, створює сприятливе середовище для впровадження FinTech-рішень. Водночас необхідно вдосконалювати законодавство, забезпечувати захист прав споживачів та підвищувати фінансову грамотність населення [3].

Фінансові технології відіграють стратегічну роль у розвитку фінансової системи України. Вони підвищують доступність та якість фінансових послуг, стимулюють конкуренцію, забезпечують прозорість та ефективність фінансового сектору. Подальший розвиток фінансових технологій є ключовим фактором модернізації фінансової системи України.

Список використаних джерел

1. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 27.03.2025).
 2. Скільки українців користується цифровими послугами. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4083601-vze-59-ukrainciv-koristuutsa-cifrovimi-derzavnimi-poslugami-najcastise-u-dii.html> (дата звернення: 27.03.2025).
 3. Фінансові технології: навчальний посібник / В. В. Корнєєв, О. І. Береславська, А. І. Гулей та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. В. Корнєєва. Ірпінь : *Державний податковий університет*, 2024. 244 с.
-

Федотов Олександр
Наукова керівниця – доц. Бойда С.В.

РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Цифрова трансформація поступово змінює не лише технічну базу організацій, а й підходи до управління. Для сучасного менеджменту цифрові технології вже не є допоміжним додатком до звичних процесів, оскільки саме вони визначають швидкість обміну інформацією, доступ до даних, формат комунікації та спосіб контролю виконання завдань. Для України ця тема є особливо актуальною, адже цифровий розвиток закріплений і на рівні державної політики, що створює сприятливі умови для оновлення управлінських практик у різних сферах діяльності [1].

Мета роботи – визначити, як цифрова трансформація впливає на розвиток менеджменту організацій. Йдеться не лише про впровадження нових програмних продуктів, а про зміну самої логіки управління: способів планування, координації, прийняття рішень і взаємодії між працівниками. Як слушно відзначається в наукових публікаціях, цифровізація переносить акцент із рутинних процедур на аналітику, швидке реагування та гнучке налаштування бізнес-процесів [2].

Практичний аспект цифрової трансформації доцільно розглянути на прикладі інтернет-магазину «ROZETKA» – великого українського онлайн-ритейлера, діяльність якого безпосередньо пов'язана з цифровими каналами продажу, електронною взаємодією з клієнтами та швидким оновленням інформації про товари [3]. Для такого підприємства цифрові рішення є не додатком до менеджменту, а основою щоденної координації процесів. Планування, оброблення замовлень, комунікація між підрозділами та контроль виконання дій потребують постійного доступу до даних і швидкого обміну інформацією.

На цьому прикладі видно, що розвиток менеджменту в цифровому середовищі насамперед пов'язаний з управлінням на

основі даних. Використання CRM та ERP-систем, електронного документообігу, хмарних сервісів і цифрових панелей дає змогу керівникам оперативно оцінювати стан процесів, виявляти відхилення та коригувати дії [2]. Для підприємств, що працюють у сфері онлайн-торгівлі, така швидкість має безпосередній вплив на якість сервісу, точність виконання операцій і загальну результативність роботи.

Цифрове середовище також змінює вимоги до менеджера. Керівник має не лише користуватися технологіями, а й будувати узгоджену електронну взаємодію між працівниками, підтримувати навчання персоналу та забезпечувати відповідальне використання даних. Саме тому цифрова трансформація не зводиться до придбання програмного забезпечення: вона потребує зміни управлінських підходів, організаційної дисципліни та розвитку цифрових компетентностей [1; 2].

Отже, розвиток менеджменту під впливом цифрової трансформації підприємств проявляється у переході до більш оперативних способів координації, використанні даних у процесі прийняття рішень і посиленні ролі менеджера як організатора змін. Приклад маркетплейсу «ROZETKA» показує, що в сучасному бізнесі цифрові інструменти вже визначають логіку управління, а не лише підтримують її. Тому модернізація менеджменту сьогодні безпосередньо пов'язана з умінням підприємства поєднувати технології, чітку організацію процесів та підготовку персоналу.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/67-2018-p> (дата звернення: 28.03.2026).
2. Панкратова, О. М. Цифровізація як сучасний тренд розвитку
3. ROZETKA. Про нас. URL: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/about/> (дата звернення: 28.03.2026).

Флюндра Аліна

Наукова керівниця – доц. Попова Л.В.

РОЛЬ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Страховий сектор на сучасному етапі розвитку фінансового ринку України відіграє роль фундаментального стабілізатора та ключового механізму управління ризиками. Його значення виходить далеко за межі простого відшкодування збитків, оскільки страхові компанії виступають великими інституційними інвесторами, що акумулюють капітал та спрямовують його в державні облигації та банківську систему. В умовах високої волатильності економіки саме страхування забезпечує фінансову стійкість домогосподарств та безперервність бізнес-процесів, трансформуючи потенційні загрози у керовані фінансові зобов'язання.

Сьогодні небанківський фінансовий сектор проходить етап глибокої трансформації та посилення нагляду. Станом на поточний період кількість учасників ринку небанківських фінансових послуг в Україні становить 761. Важливою складовою цієї структури є страхові компанії, яких на ринку налічується 57. Цей кількісний показник свідчить про високу конкуренцію та триваючий процес очищення ринку, де залишаються найбільш капіталізовані та надійні гравці. При цьому, за 9 місяців 2025 року, загальний обсяг чистих страхових премій продемонстрував стійкість, сягнувши понад 47,4 млрд грн, а рівень виплат у ризикових сегментах стабільно тримається на позначці близько 35-40%, що підтверджує виконання страховиками своїх зобов'язань перед клієнтами. Страхові компанії у цій ієрархії займають особливе місце, оскільки їхня діяльність безпосередньо впливає на рівень соціального захисту та інвестиційний клімат у країні [1].

Розвиток страхового ринку нерозривно пов'язаний із впровадженням цифрових технологій, які кардинально змінюють архітектуру фінансових послуг. Цифровізація дозволяє перейти від традиційних бюрократичних процедур до

клієнтоорієнтованих моделей. Зокрема, використання штучного інтелекту для аналізу даних та обробки звернень дозволяє скорочувати операційні витрати компаній на 20–30%, що безпосередньо впливає на доступність страхових продуктів для населення. Важливим інноваційним кроком є впровадження технології блокчейну, яка забезпечує прозорість верифікації договорів, та використання смарт-контрактів для автоматизації виплат. Такі рішення мінімізують людський фактор та значно пришвидшують процес врегулювання збитків – з декількох тижнів до лічених годин [2]. Великі дані (Big Data) та інтернет речей (IoT) також трансформують сучасний ризик-менеджмент. Це формує нову культуру взаємодії, де споживач отримує вигоду за безпечну поведінку. Проте стрімкий технологічний розвиток породжує нові виклики, насамперед у сфері кібербезпеки. Зі зростанням кількості цифрових транзакцій критично важливим стає захист даних та створення надійного «кіберімунітету» фінансових установ [3].

Отже, роль страхування на фінансовому ринку України полягає у забезпеченні його стабільності через впровадження високотехнологічних рішень та зміцнення капіталізації. Подальша інтеграція світового досвіду, модернізація законодавства та популяризація цифрової грамотності споживачів дозволять страховому сектору стати ключовою ланкою економічного відновлення.

Список використаних джерел

1. Журнал Insurance Top. Показники діяльності небанківського фінансового сектору та рейтинги страхових компаній. URL: <https://insurancetop.com/>
2. Гаманкова, О. О. Страховий ринок України в умовах цифрових трансформацій. 2024. URL: <https://kneueconomics.edu.ua/insurance-digital-ua>
3. Havadzyn, N., Hryhorska, N., Grebeniuk, N. Digitization of insurance and financial risks. *International Economic Relations*. 2023. No. 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-48-2>

Фрунза Ангеліна

Науковий керівник – проф. Кифяк О.В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БРЕНДУ RARAYA ТА ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ В УКРАЇНІ

Ринок сучасної модної індустрії зростає в умовах швидких змін через процеси глобалізації, включаючи практику цифрових медіа для просування та брендингу. За таких умов створення сильного бренду є вирішальним для конкурентоспроможності, що включає споживачів на основі сприйняття та бренду [1].

RARAYA є одним із сучасних українських модних брендів, що орієнтується на молодих споживачів. Її діяльність базується на інтеграції останніх модних тенденцій та економічно вигідної ціни, при цьому враховуються атрибути масового ринку. Її візуальний вигляд стриманий, мінімалістичний – простір для зосередження на самому продукті – що полегшує асоціацію стилю з тим, який споживач добре знає і любить.

Комунікація зі споживачами є основою зростання будь-якого бренду. Як основний інструмент просування RARAYA в основному використовує цифрові канали, зокрема соціальні мережі. Це також відповідає сучасним маркетинговим тенденціям, де цифрове середовище відіграє важливу роль у формуванні поведінки споживачів та підвищенні лояльності клієнтів [1].

Водночас ринок жіночого одягу в Україні є інтенсивним і розвивається, постійно еволюціонуючи. Його конкурентне середовище ускладнюється поєднанням місцевих виробників та міжнародних брендів. І водночас, за даними маркетингових досліджень, український ринок характеризується зростаючою поширеністю онлайн-каналів продажу, що змінює організацію бізнесу та просування продуктів [2].

У цьому контексті, за даними Державної служби статистики України, легка промисловість поступово адаптується до сучасних умов, але все ще значною мірою залежить від економічних факторів, таких як доходи домогосподарств та інфляційні

процеси [3]. Це безпосередньо впливає на купівельну спроможність споживачів і викликає попит на дешевший одяг.

Одним із видів змін, на які потрібно звернути увагу, є зміна пріоритетів споживачів. Все більше споживачів звертають увагу на місцеве виробництво, якість продукції та відповідність сучасним тенденціям. За аналітичними даними, зібраними з Українського тижня моди, українські бренди поступово зміцнюють свої позиції на внутрішньому ринку завдяки гнучкості, швидкій адаптації до тенденцій та чіткому та ефективному спілкуванню з аудиторією [4].

Відповідно, бренд RARAYA працює на все більш конкурентному та динамічному ринку, що робить адаптивність, використання цифрових каналів та чітке позиціонування ключовими факторами успіху. Адаптивно враховуючи унікальні особливості українського ринку жіночого одягу, бренд може реалізувати свої конкурентні переваги та прагнути до більш стійкого зростання. Водночас, важливим напрямом подальшого розвитку є посилення впізнаваності бренду та формування довгострокових відносин із клієнтами. Крім того, ефективне використання сучасних маркетингових інструментів дозволить бренду зміцнити свої позиції на ринку та підвищити рівень лояльності споживачів.

Список використаних джерел

Котлер, Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-БУКС, 2018. 208 с.

Крикавський, Є. В., Данько, Т. П., Кузьмін, О. Є. Маркетингові дослідження: підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.

Державна служба статистики України. Легка промисловість України: статистичні дані. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.03.2026)

Ukrainian Fashion Week. Офіційний сайт. URL: <https://fashionweek.ua> (дата звернення: 28.03.2026).

Харовська Анна

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

РЕЛОКАЦІЯ БІЗНЕСУ: ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ

В умовах воєнного стану релокація підприємств стала стратегічним інструментом збереження виробничого потенціалу та забезпечення економічної стійкості держави. З точки зору фінансового менеджменту, цей процес слід розглядати не просто як фізичне переміщення активів, а як складний інвестиційний проєкт, що потребує специфічних методів оцінки та диверсифікованих джерел фінансування.

Фінансові аспекти релокації охоплюють насамперед трансформацію структури витрат підприємства. Прямі витрати включають демонтаж, транспортування, монтаж обладнання та оренду нових приміщень. Значну частину складають непрямі витрати, пов'язані з тимчасовою зупинкою виробничих процесів, втратою частини персоналу та адаптацією логістики. Релокація виступає інструментом економічної безпеки. Успішність переміщення залежить від чіткої етапності формування фінансової стратегії для балансування дефіциту ліквідності на етапі адаптації [1].

Оцінка ефективності релокації вимагає застосування динамічних методів інвестиційного аналізу. Традиційний підхід на основі розрахунку чистої теперішньої вартості (NPV) має бути адаптований до умов високої невизначеності. Важливим критерієм є термін окупності витрат через призму майбутніх грошових потоків у регіоні-реципієнті. Окрім кількісних показників, слід враховувати інтегральний ефект збереження ринкової частки та інтелектуального капіталу підприємства.

Власні фінансові ресурси у формі нерозподіленого прибутку чи амортизаційних відрахувань часто є недостатніми для покриття повного циклу переміщення. Тому на перший план виходять зовнішні джерела. Державна програма підтримки, що передбачає безоплатну логістику потужністю АТ «Укрзалізниця»

та ПАТ «Укрпошта», суттєво знижує фінансове навантаження на початковому етапі [2]. Важливим фінансовим стимулом також є спрощення процедур оренди державного майна та пришвидшення приватизації, що створює базу для розміщення потужностей [3].

Окрім прямої бюджетної підтримки, ключову роль відіграє грантове фінансування: програма «єРобота» та міжнародні фонди (USAID, ЄБРР), що надають безповоротні ресурси для відновлення операційної діяльності. Важливою складовою є пільгове кредитування в межах програми «Доступні кредити 5-7-процента» через механізми податкових пільг на місцевому рівні та підтримку інтеграції бізнесу в нові територіальні громади.

Отже, фінансова ефективність релокації визначається здатністю менеджменту збалансувати витрати на переміщення з доступними інструментами державної та міжнародної підтримки. Комплексне використання грантових ресурсів та пільгового кредитування дозволяє підприємству не лише відновити платоспроможність, а й закласти підґрунтя для післявоєнного розвитку та модернізації виробництва.

Список використаних джерел

Бережко, В. М., Іванченко, Г. В. Основні етапи формування стратегії релокації підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та*

релокація підприємств та підтримка бізнесу громадами в умовах воєнного стану: методичні рекомендації у сфері місцевого економічного розвитку. Асоціація міст України; розроб. експертами АМУ. Київ. 2022. 50 с.

Ірвін, Р. С., Ширшикова Р. М. Правові аспекти вимушеної релокації підприємств в умовах економічного відновлення держави. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2025. № 88(2). С. 34–39.

Іванченко, Т. А. Релокація підприємств та підтримка бізнесу громадами в умовах воєнного стану. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2024. № 4. С. 78–83.

Хащук Сергій

Наукова керівниця – доц. Заволічна Т.Р.

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ МСБ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Розвиток підприємницького середовища України у сучасних умовах відбувається під впливом поєднання двох потужних трансформаційних чинників – воєнної нестабільності та інтенсивної цифровізації економіки. Таке поєднання формує принципово нові вимоги до систем управління підприємствами, особливо у секторі малого та середнього бізнесу, який є найбільш чутливим до зовнішніх змін. Період 2022–2025 років став етапом глибокої перебудови управлінських підходів. Значна частина підприємств опинилася в умовах, де традиційні інструменти менеджменту втратили ефективність. За оцінками експертів, у перші місяці повномасштабної війни діяльність призупинили близько третини компаній, тоді як від 15% до 20% суб'єктів господарювання змінили місце розташування, адаптуючись до безпекових ризиків. Додатковий тиск створювали перебої в енергопостачанні, розриви логістичних ланцюгів, втрата ринків збуту та скорочення кадрового потенціалу приблизно на 20–25% [1]. Водночас сектор МСБ залишається основою економіки України: на нього припадає 99,9% підприємств і понад 80% зайнятості у бізнес-середовищі. У цих умовах цифрові технології набувають ключового значення для забезпечення безперервності діяльності та підтримки рівня конкурентоспроможності підприємств.

Діджиталізація у даному контексті трактується як комплексна трансформація діяльності підприємства шляхом інтеграції цифрових технологій у всі рівні управління. Вона охоплює автоматизацію процесів, використання аналітики даних, хмарних сервісів, електронної комерції та технологій штучного інтелекту [2]. Практика свідчить про активізацію цифрової трансформації українських підприємств. Так, понад 30% компаній використовують CRM-системи та електронний документообіг, близько 32% – аналітичні інструменти та

елементи штучного інтелекту, а 25–28% – хмарні технології для організації бізнес-процесів [3]. Це забезпечує підвищення гнучкості управління та стійкості підприємств до зовнішніх шоків. Суттєвих змін зазнали також підходи до збуту продукції. Частка підприємств, що використовують електронну комерцію, зросла на 20–30% порівняно з довоєнним періодом. Це сприяло переходу до комбінованих моделей продажів і посиленню ролі цифрових каналів взаємодії з клієнтами.

Зазначимо, що організаційні зміни яскраво проявляються у трансформації управлінських структур – від жорстко ієрархічних до більш гнучких і децентралізованих. Поширення набувають адаптивні підходи до управління, орієнтовані на швидкість прийняття рішень і ефективну командну взаємодію в цифровому середовищі. Сьогодні важливим напрямом змін є врахування впливу штучного інтелекту на управлінські процеси. Його застосування дозволяє автоматизувати рутинні операції, покращити якість аналітики та підвищити обґрунтованість управлінських рішень. Очікується, що рівень використання AI-технологій у бізнесі зросте до 40–50% у найближчі роки [4].

Таким чином, в Україні формується нова модель менеджменту МСБ, що базується на поєднанні цифрових технологій і принципів антикризового управління. Її ключовими характеристиками є адаптивність, технологічна інтегрованість, орієнтація на дані та здатність до функціонування в умовах високої невизначеності.

Список використаних джерел

1. Міністерство економіки України. *Аналітичні матеріали щодо стану бізнесу в Україні*. 2024. URL: <https://me.gov.ua>
OECD. *SME Policy Responses to Russia's War of Aggression Against*

Аналітика розвитку МСБ в умовах війни. 2025. URL: <https://business.diia.gov.ua>

К
і
п
с
е
у

Хрищук Михайло
Наукова керівниця – доц. Заволічна Т.Р.

&

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОЗВИТОК ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ МЕНЕДЖЕРА

У сучасних умовах цифрової трансформації та інтенсивного впровадження інформаційно-комунікаційних технологій суттєво змінюються підходи до управління людськими ресурсами. Паралельно із цим динамічну еволюцію штучного інтелекту (ШІ) створює нові шанси в аспекті формування й вдосконалення soft skills, що забезпечують ефективність управлінської діяльності в умовах невизначеності та високої динамічності зовнішнього середовища. Згідно з дослідженнями Harvard Business Review, менеджери з розвиненим емоційним інтелектом демонструють на 20% вищі показники ефективності у сфері командної роботи та прийняття рішень [1]. У цьому контексті інтеграція ШІ у процес розвитку емоційного інтелекту набуває стратегічного значення.

Сучасні системи штучного інтелекту, зокрема ті, що ґрунтуються на коцептах структурування «природної мови» (Natural Language Processing, NLP) та машинного навчання, здатні здійснювати багатовимірний аналіз комунікативної поведінки менеджера. Вони дозволяють ідентифікувати емоційний тон повідомлень, визначати рівень напруженості у взаємодії, а також формувати рекомендації щодо оптимізації стилю комунікації. За даними Deloitte, понад 40% організацій уже впроваджують або тестують AI-рішення для аналізу внутрішньої комунікації та підвищення ефективності командної взаємодії [2]. Крім того, ШІ активно використовується у сфері корпоративного навчання та розвитку персоналу. Інтелектуальні тренінгові платформи забезпечують можливість моделювання складних управлінських ситуацій, включаючи конфліктні сценарії, переговорні процеси та кризові комунікації. Такі симуляційні середовища дозволяють менеджерам відпрацьовувати поведінкові стратегії в умовах, максимально наближених до реальних, без ризику для організації. Відповідно до досліджень IBM, інтеграція AI-технологій у навчальні процеси сприяє підвищенню ефективності засвоєння

матеріалу на 30–40% [3,4]. Водночас використання штучного інтелекту у розвитку емоційного інтелекту супроводжується низкою обмежень та потенційних ризиків. Насамперед, це пов'язано з обмеженою здатністю алгоритмів до глибинного розуміння контексту та нюансів людських емоцій. Інтерпретація емоційних сигналів ШІ може бути спрощеною або неточною, що знижує достовірність отриманих рекомендацій. У цьому контексті особливого значення набуває медіаграмотність менеджера як інтегративна компетенція, що забезпечує критичне осмислення результатів роботи ШІ-систем. Менеджер повинен володіти здатністю до оцінки релевантності, достовірності та обмежень алгоритмічних рекомендацій, а також адаптувати їх до конкретних управлінських ситуацій.

Отже, інтеграція штучного інтелекту у процес розвитку емоційного інтелекту менеджера формує нову парадигму управління, в якій поєднуються технологічні інновації та людський фактор. Використання ШІ як інструменту розвитку soft skills дозволяє підвищити адаптивність, комунікативну ефективність та якість управлінських рішень. Водночас ключовою умовою результативності цього процесу є збереження балансу між автоматизацією та людиноцентричним підходом до управління, що передбачає критичне ставлення до технологій та усвідомлення їх обмежень.

Список використаних джерел

- w York: Bantam Books, 1995. P. 43–67. URL: <https://hbr.org>
2. Harvard Business Review. Emotional Intelligence Has 12 Elements. B
3. Deloitte. Global Human Capital Trends Report 2023. New York: Deloitte Insights, 2023. P. 48–52. URL: <https://www2.deloitte.com>
4. IBM. Artificial Intelligence in Learning and Development. Armonk: IBM Corporation, 2022. P. 10–15. URL: <https://www.ibm.com>

Чаплінська Катерина

Науковий керівник – доц. Чаплінський Ю.Б.

ІННОВАЦІЙНІ ЕФЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

У сучасних умовах високої конкуренції, глобалізації ринків і швидких змін споживчих вподобань ефективно ціноутворення стає критично важливим для забезпечення прибутковості, стійкості та конкурентоспроможності бізнесу [1, с. 57]. Стан цифровізації методів маркетингового ціноутворення свідчить про те, що бізнеси все частіше використовують цифрові інструменти для визначення оптимальної ціни товару [2, с. 71]. В умовах цифрової трансформації економіки відбувається не лише посилення класичних поведінкових ефектів, але й формування якісно нових моделей споживчої поведінки, що виникають або суттєво посилюються в цифровому середовищі:

1. Ефект персоналізації, який полягає у зміні поведінки споживача під впливом індивідуально адаптованих пропозицій. Такі пропозиції формуються на основі аналізу попередніх дій користувача, його уподобань, історії покупок та соціально-демографічних характеристик. У цифровому середовищі цей ефект реалізується через персоналізовані ціни та знижки, індивідуальні рекомендації товарів, адаптивні інтерфейси та таргетовану рекламу.

2. Ефект перевантаження інформацією, який виникає внаслідок надмірної кількості варіантів вибору та супровідної інформації, що ускладнює процес прийняття рішень. У цифровому середовищі споживач стикається з великою кількістю альтернативних товарів, цінових пропозицій, акцій, знижок, а також відгуків і рейтингів. Попри те, що зростання інформаційної доступності теоретично має сприяти більш обґрунтованому вибору, на практиці воно часто призводить до когнітивного перевантаження. У результаті споживачі схильні відкладати покупку, обирати перший прийнятний варіант або користуватися спрощеними критеріями оцінювання, такими, як найнижча ціна чи найвищий рейтинг.

3. Ефект миттєвого задоволення пов'язаний із прагненням споживачів отримати результат або вигоду без відкладення у часі. Цифровізація значно підсилює цей ефект завдяки швидкому доступу до товарів і послуг, можливості миттєвої оплати, розвитку цифрових сервісів (зокрема стримінгу та підписок) і спрощеним процедурам оформлення замовлень. У таких умовах часовий фактор часто домінує над ціновим, і споживачі готові платити більше за швидкість, зручність та доступність. Це веде до зниження цінової чутливості та формування нових моделей споживання, орієнтованих не на мінімізацію витрат, а на максимізацію корисності у короткостроковому періоді.

4. Ефект цифрової довіри полягає у тому, що сприйняття ціни значною мірою залежить від рівня довіри до цифрової платформи, бренду або сервісу. В умовах відсутності фізичного контакту з товаром споживач змушений покладатися на непрямі сигнали, такі як репутація платформи, гарантії, безпека платежів, якість інтерфейсу та прозорість інформації. Високий рівень довіри здатний суттєво знижувати цінову чутливість і підвищувати готовність споживача платити більше. Зокрема, користувачі часто обирають дорожчі пропозиції на відомих платформах навіть за наявності дешевших альтернатив.

Отже, цифрове середовище формує нові поведінкові ефекти, які суттєво трансформують традиційні уявлення про ціноутворення, змінюють логіку сприйняття ціни, знижують її роль як самостійного фактора вибору та інтегрують її у ширший контекст споживчого досвіду.

Список використаних джерел

1. Лагодієнко, В. В., Єгоров, Б. В., Озарко, К. С., Голодонюк, О. М. Маркетингове ціноутворення в умовах економічної нестабільності: виклики та можливості. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 2. С. 55-60.
2. Васильцова, С., Гасюк, М. Цифровізація методів ціноутворення для визначення оптимальної ціни. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2023. № 5. С. 71-74.

Чернюк Анна

Науковий керівник – проф. Зрибнєва І. П.

МИСТЕЦТВО НЕТВОРКІНГУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ У ПРОФЕСІЙНИХ ПЕРЕГОВОРАХ

В умовах сучасної глобалізації та цифровізації ділового середовища успіх професійної діяльності все більше залежить не лише від Hard Skills, а й від здатності вибудовувати ефективні соціальні зв'язки. Особливої актуальності набуває нетворкінг як база для підготовки та успішного проведення переговорних процесів. Ефективна мережа контактів дозволяє отримати доступ до інсайдерської інформації, що є критичним фактором при формуванні стратегії переговорів [1, с. 45].

Нетворкінг не слід розглядати як одноразову дію чи простий обмін візитівками. Це системна діяльність, спрямована на створення довгострокових взаємовигідних відносин.

У контексті переговорів нетворкінг виконує роль «м'якої сили». Коли сторони мають попередній позитивний досвід неформального спілкування або спільних знайомих, рівень базової довіри автоматично зростає, що значно скорочує етап «притирання» під час офіційної зустрічі.

Окремим етапом, що поєднує нетворкінг та переговори, є фаза попереднього збору інформації про опонента. Розуміння психологічного портрета партнера, його професійних інтересів та цінностей дозволяє адаптувати стиль презентації ідей ще до початку офіційного діалогу.

Використання технік активного слухання та емпатії, які відпрацьовуються під час неформальних зустрічей, стає вирішальним при вирішенні тупикових ситуацій у переговорах. Це дає змогу трансформувати сухі ділові стосунки у формат партнерської взаємодії, де кожна зі сторін відчуває повагу до своїх інтересів. [2, с. 142].

Важливим аспектом є інтеграція навичок самопрезентації в процес нетворкінгу. Перше враження формується протягом перших кількох секунд і базується на візуальних та вербальних сигналах. Вміння лаконічно та змістовно розповісти про свою

діяльність є ключем до відкриття нових можливостей у професійному середовищі. Як зазначають дослідники, успішна презентація ідеї під час неформальної зустрічі часто стає фундаментом для майбутніх масштабних контрактів [3, с. 112].

Стратегія ведення переговорів також зазнає трансформації під впливом якісного нетворкінгу. Замість класичної моделі «виграш-програш» сучасні фахівці орієнтуються на модель «виграш-виграш». Наявність розгалуженої мережі контактів дозволяє сторонам бачити ширший контекст і знаходити альтернативні варіанти вирішення конфліктів, які не є очевидними на перший погляд.

Окрему увагу варто приділити цифровій гігієні та нетворкінгу в мережі LinkedIn. У 2026 році професійний профіль фахівця є його візитною карткою, яка працює на репутацію ще до початку особистої зустрічі. Взаємодія в онлайн-середовищі має бути логічним продовженням офлайн-заходів, що забезпечує безперервність комунікаційного процесу.

Таким чином, нетворкінг є невід'ємною складовою переговорної майстерності. Він дозволяє не лише розширювати коло партнерів, а й створювати середовище, у якому переговори проходять конструктивніше та швидше. Розвиток цих навичок у студентському середовищі є базовою вимогою для формування конкурентоспроможного фахівця на сучасному ринку праці. Подальше дослідження психологічних аспектів встановлення первинного контакту дозволить глибше зрозуміти механізми впливу в діловій комунікації.

Список використаних джерел

- ороніна, М. С. Технологія підготовки та ведення ділових переговорів : навч. посіб. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2021. 192 с.
- омунікаційні стратегії в сучасному бізнесі: монографія / за заг. ред. О. П. Савченко. Київ : Логос, 2023. 310 с.
- арнегі, Д. Як завойовувати друзів та впливати на людей. Київ : КМ-БУКС, 2022. 224 с.

Чічкалов Владислав

Науковий керівник – проф. Білоскурський Р.Р.

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

Стрімкий розвиток цифрових технологій зумовив кардинальну трансформацію торговельних відносин у глобальному масштабі. Електронна комерція, охоплюючи широкий спектр операцій з купівлі-продажу товарів і послуг через мережу Інтернет, перетворилася на один із ключових драйверів економічного зростання як на рівні окремих країн, так і в межах світової економіки. В умовах посилення цифровізації всіх сфер суспільного життя дослідження кількісного впливу електронної комерції на макроекономічні показники набуває особливої наукової та практичної актуальності.

Електронна комерція чинить багатовекторний вплив на економічне зростання. По-перше, вона розширює ринки збуту для підприємств, знижуючи транзакційні витрати та усуваючи географічні обмеження. По-друге, розвиток e-commerce стимулює суміжні галузі: логістику, IT-інфраструктуру, фінансові сервіси та маркетинг, що генерує мультиплікативний ефект у національній економіці. По-третє, зростання онлайн-торгівлі сприяє підвищенню продуктивності праці та впровадженню інноваційних бізнес-моделей [1].

Для кількісного оцінювання впливу електронної комерції на економічне зростання доцільно застосовувати методи кореляційно-регресійного аналізу. Як результативну ознаку пропонується обрати темп приросту реального ВВП, а як факторні змінні – обсяг роздрібної електронної торгівлі та частку e-commerce у загальному роздрібному товарообігу. Інформаційну базу дослідження можуть скласти дані Світового банку, Statista та національних статистичних служб.

Очікується, що аналіз взаємозв'язку між показниками електронної комерції та ВВП дозволить встановити такі закономірності. Зростання абсолютних обсягів онлайн-торгівлі безпосередньо збільшує додану вартість у секторі роздрібної торгівлі та пов'язаних галузях. Водночас структурний ефект –

підвищення частки e-commerce у загальному товарообігу – справляє більш тривалий і стійкий вплив на економічне зростання, оскільки відображає якісні зміни у бізнес-процесах і споживчій поведінці.

Водночас слід зазначити, що на темпи економічного зростання впливають й інші фактори: рівень інвестицій, інституційне середовище, технологічний прогрес, якість людського капіталу, геополітична ситуація. Їх урахування у подальших дослідженнях може суттєво підвищити пояснювальну здатність моделі та забезпечити розуміння механізмів впливу цифрової торгівлі на макроекономічну динаміку.

Перспективним напрямом подальших досліджень є застосування панельних даних для міжкраїнного порівняння, а також використання векторних авторегресійних моделей (VAR) для оцінювання динамічних ефектів і часових лагів між розвитком електронної комерції та реакцією ВВП. Сценарне моделювання дозволить прогнозувати вплив прискорення цифровізації торгівлі на економічне зростання в умовах різних регуляторних середовищ.

Електронна комерція є важливим чинником економічного зростання, вплив якого реалізується через прямі та мультиплікативні ефекти. Особливо значущим є структурний ефект: підвищення частки цифрової торгівлі у загальному товарообігу виступає більш стійким стимулом для ВВП, ніж просте нарощення абсолютних обсягів онлайн-продажів. Ефективна державна політика щодо стимулювання e-commerce має бути спрямована на розвиток цифрової інфраструктури, захист прав споживачів в онлайн-середовищі та формування сприятливого регуляторного клімату для цифрового підприємництва.

Список використаних джерел

1. Makhanets, B. Impact analysis of e-commerce on economic processes. SWorldJournal, 2025, №3 (31-03), P. 158–165. URL: <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2025-31-03-074>

Чорний Максим

Науковий керівник – доц. Скращук Л.В.

МОДЕЛЮВАННЯ ВРОЖАЙНОСТІ АГРОКУЛЬТУР У КОНТЕКСТІ КЛІМАТИЧНИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ ЗМІН

Беручи до уваги глобальні кліматичні зміни та зростання антропогенного впливу на довкілля, питання продуктивності культур набуває дедалі більшої актуальності. Врожайність агрокультур є одним з найважливіших показників сільськогосподарської сфери, враховуючи те, що на аграрний сектор припадає 17% ВВП України та близько 50% валютної виручки [1]. За таких умов створення економіко-математичних моделей для дослідження та прогнозування врожайності постає пріоритетним завданням.

Складність прогнозування продуктивності агрокультур в сучасних умовах зумовлена багатофакторністю та нелінійним характером впливу зовнішніх чинників на вегетаційні процеси рослин. До ключових компонентів, які визначають врожайність, належать: гідротермічні чинники (середньорічна температура, середньорічна кількість опадів, вологість повітря), властивості ґрунту (тип, кислотність), а також антропогенні чинники (кількість викидів CO_2 , обсяг використання добрив, виснаження земного покриву) тощо. Особливе значення полягає в тому, що взаємодія зазначених раніше факторів частіше має мультиплікативний, а не адитивний характер. Це ускладнює формалізацію процесів, у яких критичне зниження одного з параметрів не вдасться повністю компенсувати за рахунок інших. Використання моделей забезпечує можливість точно проаналізувати ситуацію та оптимально керувати наявними ресурсами з метою мінімізації ризиків втрат врожаю в умовах кліматичної нестабільності.

У межах дослідження визначено побудову моделі множинної регресії з врожайністю зернових культур як залежною змінною. Пояснювальними змінними використано середньорічну температуру, частку країни у світових накопичених викидах CO_2 та концентрацію дрібнодисперсних частинок до 2,5 мкм. Аналіз

проведено на основі статистичних даних Польщі, яка була обрана через схожий клімат та подібні агротехнологічні підходи [2].

На основі даних з 1991 по 2025 роки було побудовано таку модель лінійної множинної регресії:

де Y – врожайність зернових культур (кг/га), X_1 – середньорічна температура, X_2 – частка країни у світових накопичених викидах

Множинний коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,8919$, свідчить про сильний зв'язок; окрім того, 89,2% варіації пояснюється обраними факторами впливу. Перевірка за допомогою F - та t -статистики показала статистичну значущість та точність побудованої моделі.

Отримані стандартизовані коефіцієнти регресії дозволяють проаналізувати силу впливу чинників (1). Таким чином, зростання середньорічної температури на одне стандартне відхилення знижуватиме врожайність на 0,265 одиниць стандартного відхилення. Частка країни у світових накопичених викидах CO_2 та концентрація дрібнодисперсних частинок до 2,5 мкм, у свою чергу, мають приблизно вдвічі більший негативний вплив на результативний показник.

Результатом дослідження стала побудована модель, яка свідчить про негативний вплив зростання середньорічної температури, частки країни у світових накопичених викидах CO_2 та концентрації дрібнодисперсних частинок 2,5 мкм на врожайність зернових культур.

Список використаних джерел

рядовий портал. Мінекономіки: Кожен п'ятий українець працює в

а
г
р
о
с
е
к
т
о
р
і

Чумак Михайло

Наукова керівниця – доц. Кифяк В.І.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ТА СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ АДАПТАЦІЇ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Флуктуації, що змінюють середовище розвитку бізнесу, такі як пандемія та воєнні дії, зумовлюють необхідність зміни парадигми управління бізнесом, у якій ризик-менеджмент і цифровізація є основою конкурентних бізнес-моделей, що й робить тему актуальною в нинішніх складних реаліях функціонування бізнесу [1].

Криза 2022–2025 рр. характеризується глибокою галузевою дивергенцією. Банківський сектор зафіксував рекордний прибуток понад 100 млрд грн за 10 міс. 2024 р. завдяки депозитним сертифікатам НБУ, тоді як гірничо-металургійний комплекс втратив близько 70% виробництва сталі. АПК утримав позиції: частка агропродукції в товарному експорті 2024 р. перевищила 60%. Міжнародні резерви НБУ зросли з 28,5 млрд дол. (кін. 2022) до 43,8 млрд дол. (кін. 2024), що стало ключовим якорем курсової стабільності [2]. Водночас Індекс інвестиційної привабливості ЕВА поступово відновлювався: 2,48 (2022) → 2,44 (2023) → 2,49 (2024) → 2,70 (2025) [4], залишаючись у «негативній зоні» [3].

Таблиця 1
Ключові макроекономічні показники України, 2020–2025 рр.

Показник					
Реальний ВВП, % до попер. року	–3,8	–28,8			
Інфляція (ІСЦ), %					+8.0
Індекс ЕВА (з 5)	2.40				

Джерело: [1]; [2], [3].

З початком повномасштабного вторгнення акцент змістився з ефективності на безпеку: масова міграція у хмарні сервіси реалізувала концепцію «екстериторіальності бізнесу», зберігаючи бази даних попри фізичне знищення офісів. Безперервне функціонування фінтех-інфраструктури та

екосистема «Дія» запобігли фінансовій паніці й забезпечили підприємцям можливість легально працювати в умовах релокації.

На основі аналізу виокремлено три стратегічні вектори. По-перше, енергетична та логістична автономність: інвестиції у замкнуті енергетичні контури (когенерація, BESS) та відмова від «Just in Time» на користь мультимодальних маршрутів і страхових запасів. По-друге, трансформація кадрової політики: перехід до рескілінгу, залучення жінок до «чоловічих» професій, програми реінтеграції ветеранів та автоматизація рутинних процесів; проте ще у 2025 р. 74% компаній-членів ЕВА фіксували дефіцит персоналу [3]. По-третє, фінансова стійкість через диверсифікацію: програма «Доступні кредити 5-7-9%» [2], грантова підтримка («Робота, EU4Business») та страхування воєнних ризиків розблоковують інвестиційну активність навіть в умовах облікової ставки НБУ на рівні 15,5% [1].

Таким чином, синергія між цифровою трансформацією бізнесу та державною фінансовою підтримкою формує фундамент економічної стійкості, де реалізація визначених стратегічних векторів дозволить не лише нівелювати наслідки воєнно-економічної кризи, а й забезпечити довгострокову конкурентоспроможність України на міжнародній арені

Список використаних джерел

1. Кияк, В.І. Інституційне забезпечення управління ризиками бізнесу в умовах цифровізації. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2022.
2. Національний банк України. Інфляційний звіт (жовтень 2022, 2023, [звернення: 05.04.2026](#)).
3. Міністерство фінансів України. Основні показники зведеного бюджету України.
4. European Business Association. Investment Attractiveness Index of Ukraine : EBA, 2022–2025. URL: <https://eba.com.ua>.

Шворень Дар'я

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

ЯК ПЛАНУВАТИ ОСОБИСТИЙ БЮДЖЕТ: ПРОСТІ ПРАВИЛА ТА ПРИКЛАДИ

Особистий бюджет – це не про жорсткі обмеження, а про свободу та контроль над власним життям. Це детальний план, який допомагає керувати грошима, приймати усвідомлені фінансові рішення та впевнено рухатись до цілей [1]. Якщо простіше, особистий бюджет – система обліку доходів і витрат за певний період часу (наприклад, місяць). Головна мета особистого доходу – щоб витрати не перевищували доходи й створювалася можливість накопичення.

Найлегший вид особистого бюджету – збалансований: він найбільш популярний, і з ним легко накопичувати заощадження і ні в чому майже не відмовляти. Цей вид полягає у тому, що 10-30% йде на збереження, а все інше йде на різноманітні витрати, а це виходить від 70 до 90%.

Є прості правила планування особистого бюджету. Перше правило – це зрозуміти те, скільки ви заробляєте. Не зрозумівши, який ви маєте дохід, буде складно спланувати бюджет. Бо, дізнавшись точну суму, легше буде зрозуміти, скільки грошей є у вас для розподілу на витрати та заощадження. Друге правило – потрібно зрозуміти, скільки ви витрачаєте. Витрати бувають фіксованими і змінними. Фіксовані – оренда, комунальні послуги. А змінні – це транспорт, харчування; саме завдяки змінним витратам ми можемо коригувати бюджет. Третє правило, яке ми не можемо пропустити, це те, що ми повинні аналізувати дані про витрати і доходи. Аналіз дасть змогу зрозуміти, де ми можемо коригувати бюджет без значних зусиль. Наприклад, зменшити витрати на кафе, готуючи частіше вдома, хоча цей приклад не завжди працює, бо інколи дешевше поїсти в кафе, ніж готувати вдома. Четвертим правилом можна виділити те, що витрати не повинні перевищувати доходи, бо тоді заощаджень просто не буде.

Методи, які на нашу думку, варто розглянути:

Метод 50-30-20. За цією схемою 50% доходу йде на фіксовані витрати, 30% – на розваги і покупки, і 20% варто

відкладати на заощадження або оплату боргу.[2]

Наступний метод – нульовий бюджет. Це метод, коли кожній гривні є призначення, і в кінці місяця ми вийдемо в нуль. Усі гроші будуть розділені на заощадження, витрати. Цей метод підходить для тих, хто любить контроль.

Метод конвертної системи полягає в тому, що всі гроші розкладені по конвертах з підписами, і якщо гроші в конверті закінчились, то витрати на це закінчуються. Метод 80/20 полягає в тому, що 20% доходу складаємо, як збереження, а 80% витрачаємо на потреби і бажання.

Метод бюджетування за цінністю, тобто витрачають більше грошей на те, що робить вас щасливими, скорочуючи інші витрати. Наприклад, якщо здоров'я є для вас пріоритетом, то відокремте гроші на абонемент в спортзал або на те, що покращить ваше здоров'я. [3]

Ще одним методом можна обрати метод економії, хоча можна сказати, що це і правило. Коли ви записуєте доходи і витрати і бачите, що багато витрачаєте, наприклад, на каву, то ви можете зекономити на ній, не купуючи її кожен день.

Ці методи підходять під потреби і можливості людей. Тому якщо в людей не виходить за одним методом, вони можуть обрати будь-який інший, який підходить їм. Отже, правильне планування і бюджет можуть підвищити рівень ваших збережень.

Список використаних джерел

1. Плануємо бюджет правильно: як вести облік власних коштів
URL:<https://e-zubkovskiy.com/blog/planuemo-byudzhet-pravilno-yak-vesti-oblik-vlasnih-koshtiv>
2. Як скласти особистий бюджет: прості кроки для початківців
URL:<https://www.google.com/amp/s/www.rbc.ua/rus/news/k-sklasti-osobistiy-byudzhet-prosti-kroki-1731065702.html/amp>
3. Як правильно скласти особистий бюджет та економити: 5 методів і 3 топпомилки. URL: <https://tsn.ua/groshi/yak-pravilno-sklasti-osobistiy-byudzhet-ta-ekonomiti-5-metodiv-ta-3-toppomilki-2779140.html>

Шворень Катерина

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

КРЕДИТ: ПРОСТЕ ВИЗНАЧЕННЯ, ФУНКЦІЇ ТА ЧОМУ ВІН ПОТРІБЕН ЛЮДЯМ

Кредит – це фінансова домовленість, згідно з якою одна сторона (кредитор) передає іншій (позичальнику) гроші або інші ресурси на певний період з умовою повернення і, майже завжди, сплати відсотків за користування. Але є винятки [1]. Якщо простіше, це домовленість між двома сторонами, з яких одна сторона виступає тим, хто надає, а інша тим, хто бере, взяти і дати можуть не тільки гроші, а й товари. Виникає різна думка серед дослідників щодо визначення кількості функцій кредиту: одні називають дві функції, другі – три, а треті – шість, вісім, а то й більше функцій кредиту [2].

До економічних функцій кредиту відносять:

- 1) перерозподільну;
- 2) емісійну (антиципаційну);
- 3) функцію заміщення дійсних грошей кредитними операціями;
- 4) контрольню-стимулюючу;
- 5) регулюючу (забезпечення сприятливих умов для ефективного регулювання обороту грошей);
- 6) капіталізації вільних грошових доходів [3].

Основна функція, яку виділяє більшість дослідників, – це перерозподільча функція. Вона полягає в тому, що матеріальні та грошові ресурси, які були вже розподілені і передані у власність економічним суб'єктам, через кредит перерозподіляються і спрямовуються у тимчасове користування іншим суб'єктам, не змінюючи їх первинного права власності [2].

Емісійна функція кредиту базується на функції грошей як засобу платежу, тобто коли гроші використовуються для погашення боргових зобов'язань при продажу товарів в кредит. На основі кредиту відбувається емісія грошей як платіжних засобів. Функція заміщення дійсних грошей кредитними операціями передбачає можливість перерахування грошей з одного рахунку на інший при використанні безготівкових розрахунків за товари і послуги тощо. Контрольно-стимулююча функція кредиту проявляється у контролі кредитора за

ефективністю використання коштів позичальником, у дотриманні ним умов кредитного договору. У свою чергу, позичальник зацікавлений у раціональному використанні отриманих коштів, щоб повернути кредит, сплатити відсотки, а також отримати бажаний прибуток. Регулююча функція кредиту полягає у тому, що за допомогою кредитного механізму можна у разі потреби швидко розширити обсяг платіжних засобів в обороті. Це досягається збільшенням кількості комерційних векселів, розмірів банківських депозитів. Функція капіталізації вільних грошових доходів полягає у трансформації грошових нагромаджень та заощаджень юридичних і фізичних осіб у позичковий капітал, який передається у позику на умовах зворотності та платності [3].

З-поміж ряду причин, на нашу думку, доцільно виокремити такі. Першою причиною можна назвати те, що в людей може бути надзвичайна ситуація або важлива потреба, а своїх грошей не вистачає. До прикладу, потреба в негайному лікуванні. Другою причиною можна назвати те, щоб, наприклад, відкрити свій бізнес. І найпоширеніша причина, заради якої беруть кредити, – погашення інших кредитів.

Отже, кредит – це корисна річ / послуга, але важливо грамотно його використовувати і не допустити його протермінування.

Список використаних джерел

1. Що таке кредит: визначення, види, як працює кредитування. URL: <https://raiffeisen.ua/uk/aem/blog/kredyty/shcho-take-kredyt.html>.
2. Кредит: форми, види та функції. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/bank/20368/>
3. Іванчук, Н. В.. Гроші і кредит. Навчальний посібник. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/8419/1/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B83%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%96%20%D1%96%20%D0%BA%D0%B4%D0%B8%D1%82_%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BDD1%87%D1%83%D0%D0%9D%D0%92.pdf.

Шевченко Владислав

Наукова керівниця – доц. Корбутяк А.Г.

Р2Р-СЕГМЕНТ КРИПТОВАЛЮТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

У контексті стрімкої цифровізації фінансової сфери криптовалюти дедалі сильніше утверджуються як необхідна альтернатива для проведення платежів і здійснення інвестицій. Особливе місце у структурі криптовалютного ринку займає Р2Р-сегмент, який передбачає прямі транзакції між користувачами без участі традиційних фінансових посередників.

В умовах обмежень на валютні операції та розвитку цифрових технологій в Україні цей сегмент набуває особливої актуальності.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що Р2Р-ринку криптовалют в Україні фактично виконує функції альтернативного валютного механізму, забезпечуючи обмін активів поза межами банківської системи. Це створює як нові можливості для економічних агентів, так і низку ризиків, пов'язаних із відсутністю належного регулювання та контролю.

Р2Р-сегмент функціонує на основі спеціалізованих онлайн-платформ, які забезпечують взаємодію між учасниками ринку. Такі платформи створюють інфраструктуру для пошуку контрагентів, узгодження умов угод, а також надають інструменти для комунікації, верифікації користувачів і підвищення рівня довіри між сторонами. Водночас вони, як правило, не втручаються безпосередньо у фінансові потоки, не акумулюють кошти та не виступають стороною транзакції, що дозволяє зберігати децентралізований характер взаємодії та знижувати рівень регуляторного навантаження [1].

Така модель забезпечує високий рівень доступності та гнучкості операцій, дозволяючи користувачам самостійно визначати умови угод, включаючи курс обміну та способи оплати.

Важливою особливістю Р2Р-ринку в Україні є його тісний зв'язок із макроекономічними та регуляторними умовами. Зокрема, валютні обмеження, встановлені державою,

стимулюють зростання попиту на альтернативні канали обміну, що сприяє активізації P2P-операцій [2].

У результаті формується паралельний механізм курсоутворення, який може відрізнитися від офіційного валютного ринку. Аналіз показує, що курси на P2P-платформах часто відображають реальний баланс попиту і пропозиції, а також очікування економічних агентів щодо валютних ризиків [3].

У періоди підвищеної економічної нестабільності спостерігається збільшення спреда між офіційним курсом та курсами P2P-ринку, що свідчить про зростання недовіри до традиційних фінансових інститутів [4].

Водночас функціонування P2P-сегменту супроводжується значними ризиками. Серед них – можливість шахрайства, відсутність гарантій захисту прав користувачів, а також використання таких платформ для обходу регуляторних обмежень. Це ускладнює інтеграцію P2P-ринку у формальну фінансову систему та створює виклики для державної політики.

Отже, P2P-сегмент криптовалютного ринку в Україні є елементом фінансової інфраструктури, який поєднує інноваційні можливості з підвищеним рівнем ризику. Його подальший розвиток потребує формування збалансованого підходу до регулювання, що враховуватиме як інтереси користувачів, так і необхідність забезпечення фінансової стабільності.

Список використаних джерел

1. National Bank of Ukraine. Monetary Policy Report. 2024–2025. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 02.04.2026).
2. International Monetary Fund. The Changing Landscape of Crypto Assets: Considerations for Regulatory and Supervisory Authorities. 2024. URL: <https://www.imf.org> (дата звернення: 02.04.2026).
3. Chainalysis. Global Crypto Adoption Index 2023–2024. URL: <https://www.chainalysis.com> (дата звернення: 02.04.2026).
4. Binance Research. P2P Crypto Trading: Market Trends and Insights. 2023. URL: <https://research.binance.com> (дата звернення: 02.04.2026).

Шерепера Катерина

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються обмеженим доступом до зовнішніх кредитних ресурсів та високою волатильністю фінансових ринків, питання формування оптимальної структури джерел фінансування набуває стратегічного значення для виживання бізнесу. Співвідношення власного та залученого капіталу безпосередньо впливає на рівень фінансового левериджу, рентабельність власних коштів та загальну ринкову вартість суб'єкта господарювання. Оптимальна структура капіталу визначається як таке поєднання фінансових ресурсів, яке дозволяє мінімізувати середньозважену вартість капіталу (WACC) при одночасному максимізуванні ринкової ціни підприємства. В умовах тривалої економічної нестабільності менеджмент змушений постійно переглядати політику запозичень, оскільки надмірна залежність від зовнішніх боргів критично підвищує ризик дефолту, тоді як надлишок власного капіталу часто свідчить про неефективне використання фінансових можливостей для масштабування.

Процес управління структурою капіталу потребує глибокого аналізу чинників впливу. Впровадження сучасних цифрових інструментів фінансового менеджменту дозволяє автоматизувати цей аналіз через сценарне моделювання, що дає змогу розрахувати точку фінансової рівноваги для збереження платоспроможності навіть у кризові періоди. Важливо враховувати, що будь-яка трансформація структури пасивів супроводжується ризиками, зокрема інфляційним тиском, який призводить до зростання витрат на обслуговування залучених коштів. Як зазначає у своєму дослідженні С.В. Бойко, ефективне управління капіталом вимагає безперервного моніторингу макроекономічних індикаторів та впровадження гнучких стратегій рефінансування, що дозволяє підприємству оперативно адаптуватися до змін процентних ставок на ринку [1].

Практична реалізація стратегії оптимізації капіталу в умовах нестабільності вимагає від фінансових служб застосування інструментів рекапіталізації та активного пошуку альтернативних джерел фінансування, таких як грантові програми, лізингові операції або залучення приватних інвестицій через емісію цінних паперів. Ключовим елементом цього процесу є підтримка цільового рівня фінансової незалежності. Водночас внутрішній аудит та система контролінгу повинні фокусуватися на ефективності використання кожної одиниці залученого капіталу, порівнюючи вартість його залучення з фактичною доходністю активів (ROA). Тільки за умови перевищення рентабельності активів над ставкою за позиковим капіталом виникає позитивний ефект фінансового важеля. Таким чином, балансування між внутрішнім самофінансуванням та зовнішнім капіталом стає безперервним процесом, що потребує інтеграції короткострокових завдань ліквідності з довгостроковими цілями капіталізації бізнесу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що стратегічна оптимізація балансу між ризиком та доходністю через корекцію джерел фінансування є фундаментом довгострокової життєздатності бізнесу. Збалансована фінансова архітектура не лише забезпечує стійкість до зовнішніх шоків, а й формує необхідний інвестиційний потенціал для майбутнього розвитку. Тільки комплексний підхід до управління капіталом дозволяє підприємствам зберігати конкурентоспроможність у нестабільному глобальному середовищі.

Список використаних джерел

1. Бойко, С. В. Формування та оптимізація структури капіталу підприємства в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1384>

Шпильова Світлана

Наукова керівниця – доц. Романюк Надія

ПЛАНУВАННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ НАСИЧЕНОГО РИНКУ

Запуск нового продукту у наш час став не лише однією з конкурентних переваг на ринку, а й перевіркою його здатності адаптуватися до ринкових змін. Особливо це чітко проглядається у косметичній галузі, де, крім успішної формули, важливим є правильна стратегія планування. Саме тому планування та управління запуском нового продукту стають ключовими і вимагають ретельного дослідження. За даними досліджень, 70-80 % нових косметичних продуктів не досягають запланованих показників продажу в перший рік, що підкреслює необхідність вивчення механізмів управління процесом комерціалізації новинок.

Попри наявні дослідження, підприємства стикаються з проблемами при запуску нового продукту, зокрема через високу конкуренцію, складність прогнозування попиту та потребу враховувати потреби споживачів ще на стадії створення [1-2]. Процес виведення нового продукту розглядається в літературі як поетапна система управління інноваціями. Зокрема, фахівці виділяють такі ключові етапи: вивчення сильних і слабких сторін організації та його зовнішнього середовища; оцінювання та тестування дослідних зразків; комплексна оцінка ефективності інноваційного проєкту; ідентифікація та оцінка потенційних ризиків; планування обсягів виробництва; планування маркетингових комунікацій; контроль реалізації проєкту та оцінка результатів.

Водночас сучасні підходи Stage-Gate, Design Thinking, Lean Startup доповнюють цю модель акцентом на раннє створення мінімально життєздатного продукту (MVP), ітераційне тестування з споживачами та швидке виявлення недоліків ще до повноцінного запуску. Дослідники відзначають, що успішний запуск продукту можливий лише за цілісної системи: орієнтація на потреби споживачів, інновацій, маркетингового планування та стандартів галузі. Прикладом успішного виведення нового

продукту є бренд Rhode, який за короткий період зміг досягти комерційного успіху завдяки комплексному підходу до розробки продукту та маркетингової стратегії [4]. Особливістю даного кейсу є те, що бренд не був типовим проєктом знаменитості: фахівці з дерматології та косметичної хімії створили продукт, орієнтований на потреби споживачів, що забезпечило якість і довіру до бренду ще до запуску [3].

E.L.F. Beauty за загальною оцінкою до 1 млрд дол. США, при цьому виручка Rhode за попередні 12 місяців становила 212 млн дол. США. Однією з головних причин ефективності бренду Rhode стало використання інноваційних підходів до маркетингу. Зокрема, акцент на сенсорному маркетингу та створення продуктів як контенту для соцмереж, що підвищило їхню популярність [3].

Отже, стратегічна успішність комерціалізації косметичних інновацій детермінується інтеграцією гібридних методологій Stage-Gate, Lean Startup та концепції «продукту як контенту». Адаптація світового досвіду через ітераційне тестування споживчої цінності та цифрові комунікації дозволяє вітчизняним підприємствам мінімізувати ринкові ризики й сформувати стійкі конкурентні переваги в умовах глобальної турбулентності.

Список використаних джерел

1. Оберемчук, В. Ф., Самільо, Т. О. Особливості планування виведення на ринок нового продукту. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 81–87. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-2_0-pages-81_87.pdf
2. Розробка нового продукту: що таке new product development, етапи розробки (NPD). Wezom. 2021. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/etapy-razrabotki-new-product-development>
3. Sayyed, A. How Rhode Became a Billion-Dollar Brand in Three Years: The Sensory Design Strategy That Changed Everything. Medium. URL: <https://aadilsyed.medium.com/how-rhode-became-a-billion-dollar-brand-in-three-years-the-sensory-design-strategy-that-changed-0c56dae66211>
4. The History of Rhode. BeautyNewsDaily. URL: <https://beautynewsdaily.com/the-history-of-rhode/>

Штогра Ольга

Науковий керівник – доц. Кузь В.І.

ЦІЛІ ТА ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Взаємовідносини між органами державного управління, суб'єктами підприємницької діяльності та фізичними особами у сфері оподаткування здійснюються не тільки відповідно до затверджених на національному рівні регламентів, які визначають механізми нарахування та погашення податкових зобов'язань, але й виступають елементом стратегічного економічного розвитку, що дає підстави вести мову про застосування окремого варіанта податкової політики, інструменти якої забезпечують фінансові потреби та необхідний регулюючий вплив на економічні процеси.

«Податкова політика – це сукупність дій державних органів управління щодо комплексного вирішення питань, які пов'язані з встановленням та адмініструванням податків, зборів і обов'язкових платежів у рамках коротко- та довгострокових завдань держави» [1, с. 349]. «Податкова політика базується на податковому механізмі як сукупності взаємопов'язаних елементів та організаційно-методологічного інструментарію, які в кінцевому результаті забезпечують досягнення соціально-економічних цілей шляхом регламентування здійснення податкових відносин» [2, с. 81].

Податкова політика може формуватися на різних рівнях. Перш за все, вона реалізується на національному рівні, де визначаються базові принципи та механізми оподаткування. Також податкова політика може здійснюватися на рівні територіальної громади, оскільки органи місцевого самоврядування мають право встановлювати окремі місцеві податки і збори, ідентифікувати значення окремих їх елементів, зокрема податкових ставок. Крім того, податкова політика формується на рівні суб'єктів господарювання, адже ними здійснюється податкове планування та організовується процес виконання податкового обов'язку.

Залежно від завдань, які покладені на систему оподаткування

можна ідентифікувати різні варіанти податкової політики: збалансований варіант – орієнтація на стабільність податкових надходжень та незмінність механізмів оподаткування; варіант максимальних податків – домінування фіскальної функції податків, що передбачає застосування прогресивних ставок і скасування податкових пільг і преференцій, і як результат, зростання податкового навантаження; варіант мінімальних податків – акцентування уваги на регулюючій функції податків та активне застосування інструментів пільгового оподаткування.

Зважаючи на потреби у ресурсах для виконання бюджетних програм, простежується тяжіння податкової політики від збалансованого варіанта до посилення виконання системою оподаткування фіскальних функцій. Національною стратегією доходів до 2030 р. [3] визначено наступні цілі податкової політики: наближення ставок єдиного податку до рівня загальної системи оподаткування; відновлення прогресивних ставок податку на доходи фізичних осіб; підвищення ставок акцизного податку; скасування знижених ставок і пільг з ПДВ; запровадження попередньої систематичної оцінки права на отримання податкових пільг і постмоніторинг тощо.

Отже, податкова політика має важливе значення для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку. Її ефективність полягає у збалансованому виконанні податками як фіскальної, так і регулюючої функції, а також у реагуванні на економічні та соціальні виклики.

Список використаних джерел

1. Нечипоренко, А.В., Панченко, І.В., Мороз, Л.О. Стан і перспективи розвитку податкової політики України. *Бізнес Інформ*. 2021. №5. С. 348-354.
2. Кузь, В.І. Податкова політика як інструмент управління на мікрорівні. *Причорноморські економічні студії*. 2025. Вип. 94. С. 80-88.
3. Про схвалення Національної стратегії доходів до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2023 р. №1218-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-natsionalnoi-strategii-dokhodiv-do-2030-s1218-271223>.

Штунік Дмитро

Науковий керівник – доц. Марич М.Г.

РОЛЬ ЦИФРОВИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ У ПІДВИЩЕННІ ФІНАНСОВОЇ ДОСТУПНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій банківський сектор України зазнає суттєвих трансформацій, пов'язаних із впровадженням інноваційних фінансових сервісів. Активне поширення інтернету, мобільних пристроїв та фінтех-рішень сприяло зростанню популярності онлайн-банкінгу, що дозволяє користувачам здійснювати фінансові операції дистанційно, без відвідування банківських установ.

Значення цифрових банківських сервісів полягає насамперед у спрощенні доступу населення до фінансових ресурсів, особливо в умовах обмеженої фізичної інфраструктури або віддаленості окремих регіонів. Вони сприяють підвищенню рівня фінансової інклюзії, дозволяючи залучати до банківської системи нові категорії користувачів, які раніше не мали повноцінного доступу до фінансових послуг. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває дослідження впливу цифрових банківських сервісів на фінансову доступність населення, що й визначає мету даної роботи.

Цифрові банківські послуги являють собою сукупність фінансових сервісів, що надаються з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій без необхідності фізичного відвідування банківських установ. Цифровий банкінг охоплює широкий спектр операцій – від перегляду балансу рахунку до здійснення платежів, оформлення кредитів і відкриття депозитів у дистанційному форматі. Його розвиток є результатом інтеграції фінансової сфери з цифровими технологіями та відповідає сучасним потребам користувачів у швидкості, зручності та доступності [1].

Водночас статистика свідчить про значний прогрес у цій сфері: близько 90% українців користуються цифровими банківськими сервісами, а 95% споживачів застосовують електронні платежі, що підтверджує високий рівень їх

поширення. Крім того, понад 95% операцій із платіжними картками є безготівковими, що демонструє поступовий відхід від готівки [2].

Одним із ключових інструментів цифрового банкінгу є мобільні додатки, зокрема Приват24 та monobank, які забезпечують цілодобовий доступ до банківських послуг. За їх допомогою користувачі можуть контролювати фінансові операції, здійснювати платежі, переказувати кошти та управляти власними рахунками в режимі реального часу. Такі сервіси значно підвищують ефективність взаємодії клієнта з банком.

Попри активний розвиток цифрового банкінгу, його функціонування супроводжується низкою проблем, серед яких ключовими є загрози кібербезпеці, ризики шахрайства, недостатній рівень цифрової грамотності населення та залежність від стабільного інтернет-з'єднання. Водночас перспективи розвитку цієї сфери є досить значними. Очікується, що впровадження інноваційних технологій сприятиме підвищенню довіри користувачів і забезпечить ще більшу фінансову доступність для населення.

Отже, цифрові банківські послуги є важливим чинником підвищення фінансової доступності населення та розвитку банківської системи в Україні. Для максимізації їх ефективності необхідно вдосконалювати механізми кібербезпеки, підвищувати рівень цифрової грамотності та розширювати функціонал сервісів.

Список використаних джерел

1. Коваленко, В. В. Цифрова трансформація банківського сектору України в умовах діджиталізації економіки. Причорноморські економічні студії. 2024. Вип. 52. С. 147–152.
2. Статистика розвитку безготівкових розрахунків в Україні за 2025 рік : за даними Національного банку України. Інформаційне агентство «УНН». 2025. URL: <https://unn.ua/news/in-the-first-three-months-of-2025-ukrainians-increased-the-number-of-cashless-banking-transactions-nbu> (дата звернення: 29.03.2026).

Шушко Софія

Наукова керівниця – доц. Марусяк Н.Л.

РОЛЬ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ У РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Фінансовий ринок відіграє важливу роль у розвитку економіки будь-якої країни, оскільки забезпечує рух фінансових ресурсів між різними учасниками економічних відносин. Саме через фінансовий ринок відбувається перерозподіл коштів від тих суб'єктів, які мають тимчасово вільні фінансові ресурси, до тих, хто потребує їх для розвитку своєї діяльності.

Важливе місце у цьому процесі займають фінансові посередники. Вони виступають своєрідною ланкою між власниками заощаджень та позичальниками, забезпечуючи ефективний рух капіталу в економіці. Завдяки їхній діяльності фінансові ресурси використовуються більш раціонально, що сприяє економічному розвитку, інвестиційній активності та підвищенню загального рівня фінансової стабільності.

До фінансових посередників належать банки, страхові компанії, інвестиційні фонди, кредитні спілки, пенсійні фонди та інші фінансові установи. Основна їхня функція полягає у залученні коштів від населення та підприємств і подальшому їхньому розміщенні у вигляді кредитів, інвестицій або інших фінансових інструментів. Наприклад, банки приймають депозити від населення і підприємств, а потім надають кредити іншим економічним суб'єктам.

Страхові компанії акумулюють страхові внески та інвестують ці кошти у різні фінансові активи. Інвестиційні фонди збирають кошти інвесторів і вкладають їх у цінні папери або інші інвестиційні проєкти.

Таким чином, фінансові посередники сприяють розвитку підприємництва, розширенню виробництва та активізації інвестиційної діяльності [1].

Ще однією важливою функцією фінансових посередників є зниження фінансових ризиків. Вони здійснюють аналіз фінансового стану клієнтів, оцінюють їхню платоспроможність та визначають рівень можливих ризиків. Завдяки цьому

зменшується ймовірність неповорнення коштів і підвищується надійність фінансових операцій. Крім того, фінансові посередники допомагають диверсифікувати інвестиції, тобто розподіляти кошти між різними фінансовими активами, що також сприяє зниженню ризиків. Вони також забезпечують професійне управління фінансовими ресурсами та створюють умови для більш ефективного використання капіталу [1].

В умовах розвитку сучасної економіки роль фінансових посередників постійно зростає. Вони активно впроваджують нові фінансові технології, розширюють спектр фінансових послуг та підвищують доступність фінансових ресурсів для різних суб'єктів господарювання. Особливо важливим є використання цифрових технологій, які дозволяють швидше здійснювати фінансові операції, підвищувати ефективність управління фінансами та покращувати якість фінансових послуг. Це має велике значення для розвитку малого та середнього бізнесу, який часто потребує додаткових фінансових ресурсів для розширення діяльності [2].

Отже, фінансові посередники є важливою складовою фінансового ринку та фінансової системи загалом. Вони забезпечують ефективний перерозподіл фінансових ресурсів, сприяють розвитку інвестиційної діяльності, зниженню фінансових ризиків та підтримці економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Малихін, А., Волошин, Д. (2025). Аналіз ролі фінансових посередників у процесі формування інноваційної інфраструктури ринку цифрових фінансових послуг України. *Науковий вісник Полісся*, 1 (30), 284–299. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-1\(30\)-284-299](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-1(30)-284-299)
2. Чуницька, І. І. Вплив цифрових технологій на розвиток фінансового ринку України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-60>.

Яхяєв Влад

Наукова керівниця – доц. Скращук Л.В.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Загальновідомо, що для сучасного українського суспільства актуальним залишається питання зростання рівня безробіття та його соціально-економічних наслідків. Ринок праці відіграє важливу роль у цих процесах, адже саме він визначає рівень зайнятості населення, впливає на добробут громадян та економічну стабільність держави. Водночас безробіття є складним явищем, що знаходиться під впливом як внутрішніх економічних факторів, так і глобальних викликів. Відповідно до цього, дослідження проблеми безробіття набуває особливої значущості як важливої складової забезпечення стабільної економіки держави.

Безробіття в державі розглядають як комплексну проблему, що знаходиться в тісному зв'язку з іншими економічними показниками. Загалом, зростання рівня безробіття сильно впливає на різні економічні фактори, такі як особистий дохід, витрати на охорону здоров'я, якість медичного обслуговування, рівень життя та бідність. Для оцінки безробіття вчені використовують абсолютні та відносні показники. Найчастіше офіційним показником відображення ситуації на ринку праці є офіційно зареєстроване безробітне населення. Основною характеристикою ринку праці України є постійний розрив між показниками загального та зареєстрованого безробіття. Ця проблема має системний характер, оскільки в Україні відсутній регіон, у якому обидва показники збігалися б [1]. Тому її не можна пояснити звичайною статистичною похибкою чи специфікою окремого регіону. У сучасних умовах проблема безробіття дедалі більше виступає важливою складовою соціально-економічної стратегії держави та стає ключовим фактором забезпечення її стабільного розвитку. Тому вивчення впливу макроекономічних показників на ситуацію на ринку праці є вкрай важливим.

Для вивчення впливу макроекономічних чинників на рівень безробіття в Україні на основі статистичних даних [2] було побудовано наступну модель:

$$Y = 0,72X_1 - 1,16X_2 + 0,08X_3 - 0,92X_4 + 8,09X_5 - 6,46X_6$$

де Y – офіційно зареєстроване безробітне населення, X_1 – економічно активне населення, X_2 – попит на робочу силу, X_3 – показник інфляції, X_4 – мінімальна заробітна плата, X_5 – середня заробітна плата в Україні, X_6 – ВВП на душу населення.

На підставі аналізу t -статистик модель (1) перебудовано, відкинувши незначущі фактори. В результаті розроблено двофакторну модель:

$$Y = 3,704X_5 - 4,493X_6$$

Якість побудованої моделі (2) підтверджується високим значенням множинного коефіцієнта детермінації ($R^2 = 0,78$). Отримане значення множинного коефіцієнта кореляції свідчить про наявність тісного лінійного зв'язку між факторними ознаками та результатом, що також підтверджує адекватність побудови моделі. Для оцінки статистично обґрунтованого характеру моделі застосовано критерій Фішера. Значення F -статистики перевищує відповідне критичне значення, що дозволяє зробити висновок про загальну значущість регресійної моделі. До того ж, високі значення t -статистик свідчать про те, що всі фактори, включені у модель (2), виявилися статистично значущими.

Аналіз результатів побудованої регресійної моделі (2) засвідчив, що найбільший позитивний вплив на чисельність зареєстрованих безробітних має показник ВВП на душу населення. Зростання ВВП на душу населення сприяє поліпшенню економічної ситуації на ринку праці України. Таким чином, загальний економічний розвиток держави позитивно позначається на рівні безробіття.

Список використаних джерел

1. Лопатіна, К. А. Стан та напрями ліквідації проблеми безробіття в Україні // Управління розвитком. 2011. № 16 (113).). С. 85-86.
2. Державна служба статистики України. URL:

ЗМІСТ

Антипа Валентина	Ситуаційний підхід до управління підприємствами в умовах воєнного стану	3
Бабій Нікіта	Візуальна айдентика міста як інструмент формування сучасного та зручного урбаністичного середовища	5
Бабух Юрій	Трансформація методології економічної науки в умовах сучасних соціально-економічних змін	7
Біла Марта	Багаті, але недооцінені: як Україні перетворити ресурси на реальне багатство	9
Білак Андрій	Формування інноваційно-орієнтованої моделі розвитку підприємств у конкурентному середовищі	11
Бнятова Анна	Як виживати пенсіонерам у нинішніх реаліях?	13
Богдан Лілія	Фінансова стійкість підприємств України в умовах воєнного стану	15
Бойчук Вадим	Розробка та вдосконалення електронного маркетингу на підприємстві	17
Босовик Світлана	Перспективи цифровізації у сфері фінансів	19
Буртин Богдана	Роль венчурного капіталу у розвитку стартапів	21
Бучко Ігор	Завдання управління прибутком підприємств України в умовах воєнного стану	23
Волощук Катерина	Управління ризиками в діяльності підприємства в умовах нестабільного середовища	25
Гаврилюк Валерія	Розробка та використання брендбука в рекламній діяльності компанії	27

<i>Гавриляк Віталій</i>	Оцінювання ефективності податкових надходжень	29
<i>Гавриш Єлизавета</i>	Фінансова грамотність як чинник безпечного використання криптоактивів	31
<i>Гайдук Олена</i>	Розробка маркетингової програми розвитку підприємства	33
<i>Герлицька Ангеліна</i>	Банківська система України в умовах макроекономічної нестабільності: системні виклики, ризики та адаптація	35
<i>Главіцька Дарина</i>	Маркетингові ризики в епоху соцмереж: механізми захисту репутаційного капіталу бренду	37
<i>Глушку Інна</i>	Міграція робочої сили та її економічні ефекти	40
<i>Голік Денис</i>	Фактори зростання вартості палива та його вплив на економіку України	42
<i>Головачова Каріна</i>	Розробка веб-системи підтримки прийняття економічних рішень на основі машинного навчання	44
<i>Голодняк Мар'яна</i>	Функціонування публічних фінансів в умовах війни: виклики сучасності	46
<i>Горфиняк Олег</i>	Трансформація процесів бізнес-планування як чинник зростання інвестиційної активності підприємств	48
<i>Григорчук Кароліна</i>	Моделювання індексу людського розвитку	50
<i>Грубляк Софія</i>	Вплив інфляції на банківські депозити населення	52
<i>Гуцану Ксенія</i>	Податкова система Румунії: інвестиційна привабливість та ефективна взаємодія платників податків з податковими органами	54
<i>Добровольська Тетяна</i>	Трансформація управління персоналом в умовах воєнного стану: результативний підхід та найм	56

Доброгорська Ліліана	Демографічна криза в Україні: сучасний стан та вплив на трудовий потенціал	58
Довганюк Ірина	Банківське кредитування в сучасних умовах	60
Дронек Іван	Індикатори оцінювання боргової безпеки країни	62
Дудяк Оксана	Роль психологічних факторів у прийнятті економічних рішень	64
Дума Ірина	Нейромережеве прогнозування цін та інтерактивна візуалізація регіонального ринку нерухомості засобами R	66
Дутчак Катерина	Фінансова стійкість банківського сектору в умовах цифровізації економіки	68
Дячук Вадим	Прогнозування динаміки сальдо зовнішньоекономічної торгівлі України	70
Жетарюк Оксана	Моделювання залежності бюджетного дефіциту від основних макроекономічних показників	72
Іфтімічук Христина	Сучасна трансформація підходів до оцінки та документування у бухгалтерському обліку	74
Карпіцька Юліана	Фінансова безпека підприємств України: оцінка структури капіталу в умовах воєнних ризиків	76
Кеніг Аліса	Цифрова трансформація логістичних процесів на основі технології блокчейну	78
Кіцул Каміла	«Податок на Соса-Кола»: фіскальний, соціальний та стимулюючий ефект від впровадження	80
Кніжницька Крістіна	Використання штучного інтелекту в маркетингу	82

Кобивник Вікторія	Цифровий маркетинг музеїв: новий тренд взаємодії з аудиторією та виклики впровадження	84
Кобизєв Ірина	Економетричне моделювання якісних характеристик: аналіз гендерного розриву в оплаті праці з використанням фіктивних змінних	86
Козлан Катерина	Фінансові аспекти взаємодії бізнесу та територіальних громад: можливості та виклики	88
Колодяжна Валерія	Сучасні HR-тренди в управлінні підприємством	90
Комендат Марія	Нетворкінг як стратегічний ресурс кар'єрного зростання у сфері маркетингу	92
Копійчук Роман	Фінансова спроможність територіальних громад в умовах реформування діяльності ФОП в Україні: проблеми фіскальної збалансованості та збереження локальної економічної активності	94
Кочерган Карина	Фінансові результати банківського сектору України в період воєнного стану	96
Кравець Софія	Оподаткування цифрових платформ – нові реалії та виклики	98
Кричун Анастасія	Прогнозування впливу зовнішньоекономічних чинників на ВВП України	100
Кузик Каріна	Прибутковість державного банку як стратегічний інструмент економічного відновлення України	102
Кулик Катерина	Інвестиції в людський капітал: трансформація корпоративних цінностей у конкурентну перевагу	104

Купчук Олександра	Відновлення та реконструкція України	106
Куриш Анастасія	Криптовалюти та фінансова грамотність: можливості, ризики, перспективи	108
Лазарь Маріна	Роль маркетингових стратегій у розвитку підприємств	110
Ломовська Марія	Преміальне спонсорство у спорті як інструмент позиціонування елітних брендів	112
Лукіянчук Анна	Соціальна відповідальність бізнесу у процесі прийняття управлінських рішень	114
Мазурик Іванна	Доларизація економіки України: сутність, чинники та макроекономічні наслідки	116
Марамон Світлана	Креативні маркетингові стратегії як інструмент забезпечення конкурентоспроможності бренду в цифрову епоху	118
Мироняк Яна	Функціонування публічних фінансів в умовах війни: виклики сучасності	120
Митченко Владислав	Стратегічні детермінанти формування та зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах ринкової трансформації	122
Молдован Вікторія	Соціальні мережі як інструмент формування та розвитку бренду	124
Мошко Вероніка	Механізми управління внутрішніми ресурсами як основа забезпечення конкурентоспроможності компанії	126
Мунтян Ангеліна	Податок на додану вартість: поєднання фіскальної та регулюючої функцій	128
Нагірна Анна- Вікторія	Вплив інфляції на купівельну спроможність населення (на прикладі України)	130

Назар Олександра	Трансформація інфлюенсер-маркетингу в умовах кризи	132
Назарко Євгенія	Маркетингові трансформації сучасного ринку фітнес-послуг в Україні	134
Наконечна Анастасія	Перспективи застосування методів штучного інтелекту у прогнозуванні життєвого циклу товарів	136
Настас Олександра	Вплив психологічного благополуччя персоналу на реалізацію трудового потенціалу підприємства	138
Нечасва Анна	Персоналізація товарної пропозиції як сучасний напрям маркетингової товарної політики	140
Олексюк Олександра	Євроінтеграційні зміни у банківській системі України	142
Олійник Тетяна	Теоретико-методологічні засади стратегічного розвитку регіональних економічних систем	144
Остафій Інна	Цифрова трансформація фінансових послуг: можливості та ризики для банківського сектору	146
Пасирь Дар'я	Моделювання аналітичної системи підтримки прийняття рішень у сфері Sales Enablement	148
Пернета Христина	Сучасні підходи до застосування маркетингових технологій у сфері моди	150
Перчик Софія	Сервісно-орієнтована модель діяльності Державної податкової служби України: стратегічні орієнтири	152
Петрашук Катерина	Економетричний аналіз індикаторів циркулярної економіки	154
Петровська Дар'я	Необхідність формування служби ризик-менеджменту у страховій компанії	156

Погинайко Альбіна	Криптовалюти та фінансова грамотність у цифровій економіці: ризики, можливості та напрями розвитку	158
Поченчук Оксана	Стратегічне управління організації: цифрові інструменти	160
Присяженюк Юлія	Теоретико-методологічні аспекти аналізу фінансового стану	162
Пунговський Дмитро	Особливості розвитку банківської системи України в умовах воєнного стану	164
Радецька Анна	Маркетингові інструменти управління підприємством у цифровій економіці	166
Рибак Софія	Вплив цифрової трансформації на зміни в українському бізнесі	168
Родімкіна Дарина	Агільне управління як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства	170
Рогозний Сергій	Економічні аспекти функціонування приватного сектору охорони здоров'я в Україні в умовах воєнного стану	172
Рошка Ельвіра	Конкурентні переваги підприємств в умовах цифрової трансформації маркетингу	174
Рурак Емануель	Фінансова грамотність як передумова безпечного розвитку крипторинку	176
Русул Лілія	Феномен «знеособлення грошей» у цифровій економіці: вплив безготівкових платежів на імпульсивну фінансову поведінку молоді	178
Савінок Софія	Управління ризиками в маркетингу	180
Семенюк Ангеліна	Роль Національного банку України у стабілізації економіки	182
Семко Юлія	Фінансова грамотність населення: значення та проблеми в сучасних	184

	умовах України	
Симака Марія	Роль логістики у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу	186
Собко Аліса	Механізми стратегічного управління діловою репутацією підприємства як чинник забезпечення його економічної стійкості в умовах кризових явищ	188
Сокальський Роман	Роль циклу PDCA у забезпеченні безперервного поліпшення якості на підприємстві	190
Ставіла Данієлла	Функціонування публічних фінансів України в умовах війни: сучасні виклики та напрями адаптації	192
Стахова Софія	Валютне регулювання в умовах воєнного стану: виклики та трансформації в Україні	194
Стецюк Вікторія	Шляхи підвищення рівня прибутку підприємств України в сучасних умовах	196
Танас Анна	Виклики та перспективи підвищення ефективності антиінфляційної політики НБУ в умовах воєнного стану	198
Танасієвич Анастасія	Брендинг у системі маркетингу компанії	200
Тимчук Андрій	Застосування штучного інтелекту для аналізу економічного ризику	202
Тіщенко Софія	Особливості управління персоналом	204
Ткач Віктор	Вплив цифровізації на розвиток клієнтоорієнтованих технологій банківського обслуговування населення	206
Ткачук Софія	Моделювання рівня безробіття з урахуванням факторів соціалізації та екологізації економіки	208
Толлюк Едгар	Вплив навчання криптограмотності на розвиток крипторинку	210

Тома Елена	Фінансове забезпечення молодіжних проєктів у територіальних громадах	212
Третяк Ганна	Роль фінансових технологій у розвитку фінансової системи України	214
Федотов Олександр	Розвиток менеджменту під впливом цифрової трансформації підприємств	216
Флюндра Аліна	Роль та основні тенденції розвитку страхування в Україні	218
Фрунза Ангеліна	Загальна характеристика бренду Рарауа та особливості ринку жіночого одягу в Україні	220
Харовська Анна	Релокація бізнесу: фінансові аспекти оцінки ефективності та джерела фінансування	222
Хациук Сергій	Особливості менеджменту МСБ в умовах діджиталізації	224
Хрищук Михайло	Інтеграція штучного інтелекту у розвиток емоційного інтелекту менеджера	226
Чаплінська Катерина	Інноваційні ефекти маркетингового ціноутворення в умовах цифрової трансформації	228
Чернюк Анна	Мистецтво нетворкінгу як стратегічний інструмент у професійних переговорах	230
Чічікалов Владислав	Оцінювання впливу електронної комерції на економічне зростання	232
Чорний Максим	Моделювання врожайності агрокультур у контексті кліматичних та екологічних змін	234
Чумак Михайло	Економічна стійкість та стратегічні вектори адаптації бізнес-середовища України в умовах воєнно-економічної кризи	236
Шворень Дар'я	Як планувати особистий бюджет: прості правила та приклади	238

<i>Шворень Катерина</i>	Кредит: просте визначення, функції та чому він потрібен людям	240
<i>Шевченко Владислав</i>	P2P-сегмент криптовалютного ринку в Україні: особливості функціонування та економічні наслідки	242
<i>Шерепера Катерина</i>	Оптимізація структури капіталу підприємства як інструмент забезпечення його фінансової стійкості	244
<i>Шпильова Світлана</i>	Планування нового продукту в умовах насиченого ринку	246
<i>Штогра Ольга</i>	Цілі та основні принципи податкової політики в Україні	248
<i>Штуник Дмитро</i>	Роль цифрових банківських послуг у підвищенні фінансової доступності населення в Україні	250
<i>Шушко Софія</i>	Роль фінансових посередників у розвитку фінансового ринку	252
<i>Яхяєв Влад</i>	Економіко-математичне моделювання рівня безробіття в Україні	254