



**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ:
ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»**



**м. Хмельницький
24 жовтня 2024 р.**

Міністерство освіти і науки України
Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Львівський торговельно-економічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький кооперативний інститут

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ:
ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»**

м. Хмельницький
24 жовтня 2024 р.

Рекомендовано до друку вченою радою Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (протокол № 3 від 06 грудня 2024 р.)

Рецензенти:

МЕЛЬНИК Ірина, д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету.

МІЩУК Ігор, д.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету.

ПЕЛИК Леся, д.т.н., проф., проф. кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету.

Редакційна колегія: *ТЕЛЯЧИЙ Юрій* – голова, д.і.н., проф., президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту, голова Хмельницької обласної організації Національної спілки краєзнавців України; *ЗАМАЗІЙ Оксана* – заступник голови, д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *МАТВССВ Андрій* – к.і.н., доц., віце-президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ЛЯШУК Катерина* – к.е.н., директор Хмельницького кооперативного фахового коледжу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ДЖЕРЕЛЕЙКО Світлана* – к.е.н., доц., декан факультету управління, підприємництва та права Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *САПОТНИЦЬКА Наталія* – к.е.н., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ТЯГУНОВА Наталія* – к.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *ТРИШКІНА Ніна* – к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *БУЗНИЦЬКА Ірина* – викладач Хмельницького кооперативного фахового коледжу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *КУЧЕРУК Надія* – ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *ГРИЩЕНКО Марія* – викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *ТРОФИМЕНКО Катерина* – викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи.

Т65 Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р. / редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 247 с.

За достовірність викладеної інформації відповідальність несуть автори статей

Збірник містить матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації» з актуальних питань функціонування та розвитку сучасних економічних систем, інновації менеджменту, маркетингових технологій в сучасному бізнесі, фінансово-господарської діяльності та проблем оподаткування суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва та торгівлі, інноваційних технологій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі, сучасного товарознавства, удосконалення правового забезпечення розвитку економіки та підприємництва, інновації у бізнес-освіті та управлінні знаннями, розвитку кооперативного сектора економіки.

Для освітян, науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, підприємців, громадськості, усіх, хто цікавиться трансформаційними процесами в економіці.

Електронна версія збірника оприлюднюється на офіційній сторінці ХКТЕІ:

<http://www.xktei.km.ua/naukova-diyalnist/naukovi-zahodi-vidannya-hktei/materiali-konferencij-hktei/>

ЗМІСТ

СУЧАСНА ПАРАДИГМА ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

<i>Андрощук Людмила</i> ЄВРОПЕЙСЬКА СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОСТІ	11
<i>Білоцерківець Володимир, Кошевий Максим</i> ІННОВАЦІЇ В ТРАНСПОРТНІЙ ІНФРАСТРУКТУРІ ЯК ФАКТОР ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: ВІД РІЧОК ДО ТАЛАСОКРАТІЙ	14
<i>Гусаковська Тетяна, Зленко Арту, Войт Богдан</i> КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	16
<i>Дейнека Олександр, Абаєв Артур</i> ВРАХУВАННЯ КРАЇННИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	17
<i>Алексов Сергій, Дідик Алла</i> СИСТЕМИ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПОБУДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ	19
<i>Замазій Оксана, Броварний Едуард</i> СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	22
<i>Замазій Оксана, Соловей Богдан</i> НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	23
<i>Ковальов Арсеній, Северченко Неоніла</i> ІНТЕГРАЦІЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	25
<i>Косоловський Ігор</i> НООЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: ПРОЕКТ РОЗВИТКУ ЯК ЦІНА ПЕРЕМОГИ	27
<i>Крихтіна Юлія, Семенова Тетяна</i> СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ: НОВІ ПІДХОДИ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ШВИДКІСНОГО РУХУ	29
<i>Кузьмін Дмитро, Весперіс Світлана</i> СУЧАСНІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ КООПЕРАТИВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	31
<i>Малюга Аріна</i> ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ СТАЛОСТІ БНП: ЕФЕКТ КОМПОНЕНТУ 2 BEPS 2.0	33
<i>Мироненко Микола</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ЛИПНІ ТА СЕРПНІ 2024 РОКУ	36
<i>Палієнко Тетяна, Гаврилюк Максим</i> ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР: СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ВСТУПУ ДО ОЕСР	38
<i>Сарай Наталія, Сарай Роман</i> БІЗНЕС В УКРАЇНІ: АДАПТАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	40

<i>Телячий Юрій</i>	
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	43
<i>Хорошенюк Оксана</i>	
ВОЛЕНТЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	46
<i>Шевчик Богдан</i>	
ФОРМУВАННЯ НОВОГО ТИПУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ЗМІНИ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ	47
ІННОВАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ, ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	
<i>Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Воробйов Кирило</i>	
ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ, ОСВІТИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ	49
<i>Вишневська Марія, Крамаренко Аліса</i>	
МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ОСНОВНІ АСПЕКТИ ТА СТРАТЕГІЇ	50
<i>Гурман Олена, Вугляр Анастасія</i>	
ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ: КЛАСИЧНІ ПІДХОДИ ТА ЇХ СУЧАСНА АДАПТАЦІЯ У БІЗНЕСІ	52
<i>Гурман Олена, Тарашевський Аріан</i>	
SMART- ПІДХІД В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	55
<i>Гурман Олена, Шевчишен Максим</i>	
КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ	56
<i>Дикань Олена, Жарікова Наталія</i>	
УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	57
<i>Забурмеха Людмила</i>	
ІННОВАЦІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	59
<i>Зверук Людмила, Степан Маргарита</i>	
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	61
<i>Куделя Вікторія, Бортнік Олена</i>	
ОСОБЛИВОСТІ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	63
<i>Лозова Оксана, Білик Лілія</i>	
СТВОРЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОБОЧОГО СЕРЕДОВИЩА ВІТЧИЙНИМИ КОМПАНІЯМИ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ EDI	65
<i>Ляшук Катерина</i>	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	68
<i>Омельчук Світлана</i>	
УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ЗАКЛАДАХ ФАХОВОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	70
<i>Островська Ірина</i>	
ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	72

<i>Рибалко-Рак Леся, Зінченко Андрій, Медведєв Антон</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ У ОНЛАЙН- СЕРЕДОВИЩЕ	75
<i>Федосєєва Наталія</i> ІННОВАЦІЇ У БІЗНЕС-ОСВІТІ НА КИЇВЩИНІ	76
МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
<i>Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Ачкасова Ірина</i> СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ	78
<i>Андрєєв Сергій, Бурлаченко Софія</i> НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	80
<i>Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Воробйова Поліна</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	81
<i>Вовкотруб-Барвінок Наталія</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	83
<i>Дибчук Людмила</i> ІНФЛЮЕНСЕР-МАРКЕТИНГ У ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ	85
<i>Жмурко Інна</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	87
<i>Забурмеха Євгенія, Забурмеха Ігор</i> ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	89
<i>Захарчук Ірина, Ляшук Тетяна</i> РОЛЬ SMM В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	91
<i>Касян Сергій, Буняк Василь, Лиман Аліса</i> СПЕЦИФІКА ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	93
<i>Касян Сергій, Михайлишин Ростислав, Ганіна Анна</i> МАРКЕТИНГОВІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПІДХОДИ КОМПАНІЙ НА РИНКУ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ	95
<i>Лисенко Ірина, Бортник Аліна</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ЛОГІСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ	97
<i>Лисенко Ірина, Сучок Станіслав</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	99
<i>Обуд Оксана</i> ЕФЕКТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ	101
<i>Тараненко Олександр, Мороз Артем</i> ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ	103

Шпортко Ганна
ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ 104

ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гудзь Тетяна, Прохоренко Олександр
РОЛЬ ТА МІСЦЕ КРЕДИТУВАННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЕРЖАВНИМИ БАНКАМИ 107

Колотуха Сергій
СТРАТЕГІЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ 109

Коляса Марія
АНАЛІЗ ПОДАТКОВИХ НОВАЦІЙ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ПІДПРИЄМЦІВ ТА РОБОТОДАВЦІВ У 2024 РОЦІ 111

Лопатовська Оксана
НОВАЦІЇ В ОПОДАТКУВАННІ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ 113

Лопатовська Оксана, Бондарук Світлана
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ В КРУГООБІГУ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВ 115

Морозова Ольга, Морозова Людмила
ПІДВИЩЕННЯ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ: РИЗИКИ ПОРУШЕННЯ КОНСТИТУЦІЙНИХ ЗАСАД 117

Намонюк Василь, Пантюхов Адріан
РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВИХ ВАЛЮТ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ (CBDC): ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ 118

Нікольчук Юлія
ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 121

Педченко Наталія, Мележик Олександр
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА 123

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА ЛОГІСТИКИ

Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Єлізєв Кирило
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ 127

Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Лазарєва Дар'я
СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 129

Дейнека Олександр, Боряк Єлизавета
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ 130

Дибчук Людмила, Алексєєв Володимир
ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КОМЕРЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ 132

<i>Дідик Алла, Алексов Сергій</i> ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	135
<i>Дідик Алла, Омелечко Світлана</i> АЛГОРИТМИ ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНИХ ШЛЯХІВ У ЛОГІСТИЦІ: ОГЛЯД КЛАСИЧНИХ ТА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ	137
<i>Жмурко Володимир</i> СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА	141
<i>Качан Олег</i> ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ: АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІЙНОГО РЕГУЛЮВАННЯ	142
<i>Коваль Павло</i> ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	143
<i>Ковальчук Світлана</i> ОМНІКАНАЛІНІСТЬ ЯК СУЧАСНА ПАРАДИГМА БІЗНЕСУ	144
<i>Лехман Олена, Вовчемис Вадим</i> ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО АГРОБІЗНЕСУ	146
<i>Лісіца Людмила, Нікітченко Іван</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА B2B РИНКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	148
<i>Лунак Руслан</i> БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ	149
<i>Лунак Руслан, Семенович Ілля</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ	150
<i>Ляшук Катерина, Процюк Іван</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИЛШ	152
<i>Мартинова Ірина</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ	154
<i>Павлова Марина</i> РИТЕЙЛ В НОВИХ РЕАЛІЯХ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	156
<i>Петрань Світлана, Мельник Анастасія</i> ЛОГІСТИКА ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	157
<i>Сапотницька Наталія, Гончарук Валентин</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	159
<i>Сокирник Ірина</i> ЕКОСИСТЕМНА СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	162

<i>Сосян Максим, Прозорова Діана</i>	
КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД	163
<i>Сторожилова Уляна, Смелянська Яна</i>	
СТРАТЕГІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	165
<i>Тришкіна Ніна</i>	
РОЗВИТОК ДРОПШИПІНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	167
<i>Тягунова Наталія</i>	
RETAIL 4.0: ІМПАКТ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ НА ТОРГІВЛЮ	169
<i>Челядінова Наталія, Дарієнко Галина</i>	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	171
<i>Шарко Віталій, Спорих Надія</i>	
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	174
<i>Ясківець Олег</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	176

ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

<i>Антошкова Наталія</i>	
РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС ОЧИМА СУЧАСНОГО СПОЖИВАЧА	179
<i>Грищенко Марія</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ В ОНЛАЙН-БРОНЮВАННІ ТА МОБІЛЬНИХ ДОДАТКАХ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	181
<i>Грищенко Марія, Азімов Нікіта</i>	
СЕЗОННІ ТА ТИМЧАСОВІ ЗАКЛАДИ: ЯК ПОПИТ НА ГАСТРОНОМІЧНІ ПОСЛУГИ ЗМІНЮЄТЬСЯ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТУРИСТИЧНИХ СЕЗОНІВ	183
<i>Грищенко Марія, Мелконян Каріна</i>	
КУЛІНАРНІ КОНЦЕПЦІЇ У ГОТЕЛЯХ: ВІД ТРАДИЦІЙНОЇ КУХНІ ДО ГАСТРОНОМІЧНИХ ЕКСПЕРИМЕНТІВ	185
<i>Грищенко Марія, Цмикал Данило</i>	
БАР ТА ЛАУНДЖ У ГОТЕЛІ: СОЦІАЛЬНА РОЛЬ ЗАКЛАДУ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЬНОЮ АТМОСФЕРОЮ	187
<i>Сапотницька Наталія, Стефанишина Катерина</i>	
ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	189
<i>Сапотницька Наталія, Яворська Мар'яна</i>	
КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	191
<i>Ставська Юлія, Ярошинський Роман</i>	
ТЕХНОЛОГІЇ ПРОМОЦІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: КЕЙС НЕМЕРЕЖЕВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	193
<i>Тришкіна Ніна, Хлонь Василь</i>	
ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	197

<i>Тягунова Наталія, Матвеєв Владислав</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ НАССР ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	199
<i>Тягунова Наталія, Рудніцький Владислав</i>	
ПАРК-ГОТЕЛЬ ЯК НОВА КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	202
<i>Тягунова Наталія, Томчін Олександр</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ НАДАННЯ ПОСЛУГ КЛІЄНТАМ ІЗ ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ: ІНКЛЮЗИВНІСТЬ ТА БЕЗБАР'ЄРНІСТЬ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ	204
<i>Церклевич Вікторія, Дерев'янка Яна</i>	
АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ В ПОБУДОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОМОЦІЇ РЕСТОРАНІВ: АНАЛІЗ СВІТОВОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ ПРАКТИКИ	207
<i>Церклевич Вікторія, Ковбаса Тетяна</i>	
ГЕНДЕРНЕ ТАРГЕТУВАННЯ ЗАПИТІВ СПОЖИВАЧІВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ НА ОСНОВІ ЦІННІСНОГО ПІДХОДУ	209
<i>Церклевич Вікторія, Пальчак Вікторія</i>	
ЕВОЛЮЦІЯ КАВ'ЯРЕНЬ-КОНДИТЕРСЬКИХ В УКРАЇНІ: ІСТОРИЧНІ УНІКАЛЬНОСТІ, СУЧАСНІ ТРЕНДИ	210
<i>Церклевич Вікторія, Ставська Юлія</i>	
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ ТИЛОВОГО РЕГІОНУ	214

СУЧАСНЕ ТОВАРОЗНАВСТВО: ІННОВАЦІЇ, ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ, БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ

<i>Бузніцька Ірина</i>	
ІННОВАЦІЙНІ КИСЛОМОЛОЧНІ ПРОДУКТИ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ	220
<i>Курант Володимир, Голіней Галина, Хоменчук Володимир, Вовчек Наталія</i>	
ВПЛИВ СУБЛЕТАЛЬНИХ КОНЦЕНТРАЦІЙ ІОНІВ КОБАЛЬТУ (II) НА РОЗМІРНО- ВАГОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРІСНОВОДНИХ РИБ	222
<i>Кучерук Надія</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ НЕТКАНИХ МАТЕРІАЛІВ	224
<i>Омельченко Наталія, Браїлко Анна, Тішков Дмитро</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ГІРЧИЦІ	226
<i>Омельченко Наталія, Ворожбит Вероніка</i>	
ТРЕНДИ ТА ІННОВАЦІЇ В АСОРТИМЕНТІ ЖІНОЧОЇ БІЛИЗНИ	229
<i>Трішкіна Ніна</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ РІДКОГО МИЛА-СКРАБУ	232
<i>Трішкіна Ніна, Кузіна Ульяна</i>	
КОНТРОЛЬ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	234
<i>Тягунова Наталія, Бузніцька Ірина, Горобець Артем</i>	
ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАЛЬСИФІКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА БЕЗПЕКУ СПОЖИВАЧІВ	237
<i>Тягунова Наталія, Кучерук Надія, Любінецький Артем</i>	
ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	239

<i>Тягунова Наталія, Сулковський Дмитро</i>	
СПОЖИВАННЯ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ТРЕНД	240
<i>Хмельницька Євгенія</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ВИГОТОВЛЕНИХ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ	242
<i>Цмикал Олена</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕШЕЛТІ КАВА	244

сучасних підприємств ще не набув достатнього досвіду, а подекуди і взагалі не готовий до виваженої і адекватної управлінської протидії підприємствам конкурентам.

Список використаних джерел

1. Новікова М.М. Маркетингові дослідження сталого розвитку в умовах глобальних викликів: монографія. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: Видавництво «Точка», 2018. Novikova, M.M. (2018). Marketynhovi doslidzhennya staloho rozvytku v umovakh hlobal'nykh vyklykiv: monohrafiya [Marketing research of sustainable development in the context of global challenges]. Kharkiv. nats. un-t mis'k. hosp-va im. O.M. Beketova. Kharkiv: Vydavnytstvo "Tochka". [in Ukrainian].

2. Pickton, D. (2010). What is integrated marketing communications? Integrating 'integrated marketing communications':3 Models, 4Cs, 4Es, 4Ss, and a Profile (2020, November, 30).

2. Pickton, D. (2010). What is integrated marketing communications? Integrating 'integrated marketing communications':3 Models, 4Cs, 4Es, 4Ss, and a Profile (2020, November, 30). [in English].

УДК 338.48

Тараненко Олександр, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі

Мороз Артем, здобувач третього рівня вищої освіти Полтавського університету економіки і торгівлі

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ

Нестабільність соціально-економічних умов господарювання зумовлює необхідність впровадження суб'єктами економічної діяльності сучасних засобів підвищення ефективності операційних процесів. Тому інформаційні технології широко використовуються суб'єктами туристичної діяльності для створення і просування туристичних послуг на якісно новому рівні. Це актуально для музейних закладів як важливої складової сфери туризму.

Однією з найважливіших функцій музейних закладів є збереження та популяризація національної культурної спадщини. Все більшої актуальності набуває потреба забезпечення ефективної комунікації з постійними та потенційними споживачами музейних послуг. Ефективність цього процесу можна підвищити шляхом використання цифрових технологій, зокрема створення веб-сайтів та спільнот в соціальних мережах.

Сучасні веб-сайти дозволяють виконувати завдання рекламно-інформаційного характеру. Сайт музею повинен бути зручним у використанні, адаптованим під потреби цільової аудиторії та містити усю необхідну інформацію (структура установи; тематика експозиції; інформація про найцікавіші експонати; перелік послуг, які надаються; режим роботи; контакти тощо). Для комфортного використання сайт має бути простим, інтуїтивно зрозумілим та візуально привабливим для користувача. Актуальною вимогою щодо сайту є інклюзивність, тобто його придатність для використання людьми з фізичними вадами чи обмеженнями. Це базові вимоги до сайту музею для виконання основних інформаційно-довідкових функцій. За наявності відповідних ресурсів сайт може бути доповнений мультимедійними об'єктами та віртуальними екскурсіями, що підвищить його інформативність, візуальну та технологічну привабливість серед користувачів. Також, ефективнішому використанню сайту сприятиме створення його мобільної версії.

У процесі рекламно-інформаційної онлайн-презентації діяльності музейних установ

першочерговим є налагодження зворотної комунікації із користувачем. Тому використання сайту музею має доповнюватися активністю у соціальних мережах. Це забезпечує наступні позитивні наслідки:

- залучення нових відвідувачів та підтримка комунікації з постійними відвідувачами: можливість збільшувати свою аудиторію та оперативно дізнаватися про думку відвідувачів музею, їх побажання, ідеї, зауваження;

- адресна оперативна онлайн-комунікація: соціальні мережі надають можливість автоматичного своєчасного інформування аудиторії про діяльність музею (новини, презентації, виставки тощо);

- створення онлайн-спільноти: можливість згуртування людей зі спільними мистецькими та культурними вподобаннями відповідно до тематики музею [1; 2].

Таким чином, веб-сайти та соціальні мережі є важливою складовою маркетингу та реклами музейних закладів. Їх використання дозволяє підвищити доступність культурної спадщини та лояльність відвідувачів, ефективно рекламувати виставки та події серед постійних та потенційних відвідувачів.

Список використаних джерел

1. Гоцева К.А., Оніпко Т.В. Можливості використання соціальної мережі Facebook у діяльності музеїв *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації* : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 27-28 квіт. 2022 р., Полтава, 2022. С. 84–87.

2. Маркетинг в соціальних мережах для культурних установ і музеїв. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/marketing-v-sotsialnih-merezhah> (дата звернення: 18.10.2024).

УДК 339.1:339.9

Шпортько Ганна, к.т.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування Українського державного університету науки і технологій

ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ

Світ міжнародного маркетингу для бізнесу постійно змінюється і розвивається, і сьогоdnішній маркетолог стикається з новими викликами і можливостями. В епоху цифрових технологій штучний інтелект виходить на передній план і перевертає уявлення про класичні методи роботи завдяки швидкому розвитку його алгоритмів, і, за прогнозами, його значення збережеться в осяжному майбутньому [1].

У сучасному світі маркетингу генеративні моделі штучного інтелекту (AI) активно використовуються для автоматизації різних аспектів роботи маркетологів. Вони надають можливість створювати контент і взаємодіяти з клієнтами на новому рівні [2]. ТОП-10 таких AI:

1. OpenAI GPT-3: генерація текстів, відповіді на запитання, складання листів і статей.
2. Jarvis.ai (раніше Conversion.ai): створення SEO-оптимізованих текстів, статей і блог-постів на основі ключових слів і тематики.
3. Descript: автоматична транскрипція аудіо та відео, з можливістю редагування тексту та автоматичної синхронної зміни аудіо.
4. AIVA: композиція музики на основі заданих параметрів і стилів.
5. RunwayML: автоматичне створення відео на основі текстових описів сцен.

УДК 338.009.12/334.012.34
Т65

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ: ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ

(м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р.)

Електронне видання

Відповідальна за випуск:
Наталія САПОТНИЦЬКА

Т65 Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р. / редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 247 с.