



Українська асоціація
з розвитку менеджменту
та бізнес-освіти



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІННОВАЦІЙ
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО ФАКУЛЬТЕТУ
КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЛЕВЕНА (Бельгія)
УНІВЕРСИТЕТ БАРІ АЛЬДО МОРО (Італія)
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
ПРОФЕСІЙНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ І СВІТУ»

14 листопада 2025 року

Електронне видання



Львів – Торунь
Liha-Pres
2025

УДК 005-027.561(477)+(100)(062.552)
С91

Редакційна колегія:

д-р екон. наук, проф. *Е. А. Кузнєцов*; д-р екон. наук, проф. *Н. А. Тяхтенко*;
д-р екон. наук, проф. *І. А. Ломачинська*; д-р екон. наук, проф. *О. В. Побере-
жець*; д-р екон. наук, проф. *І. М. Ненно*; д-р екон. наук, проф. *Є. І. Маслен-
ніков*; викл. *А. Є. Рябоконт*

Рецензенти:

Свидрук Ірена Ігорівна, доктор економічних наук, професор, професор
кафедри менеджменту Львівського торговельно-економічного університету;
Сахацький Микола Павлович, доктор економічних наук, професор, професор
кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва
та архітектури

*Рекомендовано до друку Вченою радою економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
(протокол № 4 від 10.11.2025 р.)*

*Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність
і достовірність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних,
галузевої термінології, імен власних та інших відомостей.
Матеріали викладено в оригінальній авторській редакції.*

Сучасний стан та тенденції розвитку професійної системи
С91 менеджменту: виклики для України і світу : матеріали Міжнародної
науково-практичної конференції (м. Одеса, 14 листопада 2025 р.) /
за заг. ред. Е. А. Кузнєцова. – Львів – Торунь : Liha-Pres, 2025. – 330 с.

ISBN 978-966-397-571-9 (Online)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-571-9>

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
«Сучасний стан та тенденції розвитку професійної системи менеджменту: виклики
для України і світу», яка присвячена дослідженню сучасних трансформацій
вітчизняного та світового бізнес-простору в контексті формування професійної
системи менеджменту, здатної до ефективної адаптації суб'єктів господарювання
в умовах глобальних зрушень.

УДК 005-027.561(477)+(100)(062.552)

ISBN 978-966-397-571-9 (Online)

© Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова, 2025



Українська асоціація
з розвитку менеджменту
та бізнес-освіти



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

ODESSA I. I. MECHNIKOV NATIONAL UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC AND LAW
DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND INNOVATIONS

CATHOLIC UNIVERSITY OF LEUVEN (Belgium)

ALDO MORO UNIVERSITY OF BARI (Italy)

**UKRAINIAN ASSOCIATION FOR DEVELOPMENT OF MANAGEMENT
AND BUSINESS EDUCATION**

PROCEEDINGS

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

***“CURRENT STATUS AND TRENDS
IN THE DEVELOPMENT OF THE PROFESSIONAL
MANAGEMENT SYSTEM: CHALLENGES
FOR UKRAINE AND THE WORLD”***

November 14, 2025

Digital edition



Lviv – Toruń
Liha-Pres
2025

UDC 005-027.561(477)+(100)(062.552)
C95

Editorial Board:

DSc (Economics), Prof. *E. A. Kuznietsov*; DSc (Economics), Prof. *N. A. Tyukhtenko*; DSc (Economics), Prof. *I. A. Lomachynska*; DSc (Economics), Prof. *O. V. Poberezhets*; DSc (Economics), Prof. *I. M. Nenno*; DSc (Economics), Prof. *Ye. I. Maslennikov*; lecturer *A. Ye. Ryabokon*

Reviewers:

Svydruk Irena Ihorivna, DSc (Economics), Professor, Professor at the Department of Management, Lviv University of Trade and Economics;

Sakhatskyi Mykola Pavlovych, DSc (Economics), Professor, Professor at the Department of Management and Marketing, Odesa State Academy of Civil Engineering and Architecture

*Recommended for publishing by the Academic Council of the Faculty of Economics and Law of Odesa I. I. Mechnikov National University
(protocol No. 4 as of 10.11.2025)*

*The authors of the published materials are fully responsible for the selection, accuracy, and reliability of the facts, quotations, economic and statistical data, industry terminology, proper names, and other information provided.
The materials are presented in the original author's version.*

C95 Current status and trends in the development of the professional management system: challenges for Ukraine and the world : Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Odesa, November 14, 2025) / under the general editorship of E. A. Kuznietsov. – Lviv – Toruń : Liha-Pres, 2025. – 330 p.

ISBN 978-966-397-571-9 (Online)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-571-9>

The collection contains materials from the International Scientific and Practical Conference "The Current State and Trends in the Development of the Professional Management System: Challenges for Ukraine and the World". It is devoted to the study of contemporary transformations in the domestic and global business environment in the context of developing a professional management system capable of effectively adapting economic entities to global changes.

UDC 005-027.561(477)+(100)(062.552)

Науково-організаційний комітет конференції:

КУЗНЄЦОВ Едуард Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та інновацій ОНУ імені І. І. Мечникова, керівник наукової школи «Інноваційна трансформація менеджменту» – **голова**;

ТЮХТЕНКО Наталія Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій ОНУ імені І. І. Мечникова – заступник голови;

БЕНТО СІНДІ ЛОПЕС, PhD of Economics, кафедра менеджменту, стратегії та інновацій, Католицький університет Левена, (Бельгія, м. Левен);

БАРНА Марта Юріївна, доктор економічних наук, професор, перший проректор Львівського торговельно-економічного університету (Україна, м. Львів);

ГОРОХОВА Людмила Петрівна, директор Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна, м. Київ);

ДЕЛЛАТТИ СТЕФАНО, доктор економічних наук, професор, Університет імені Альдо Моро (Італія, м. Барі);

ІГНАТЬЄВА Ірина Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Україна, м. Київ);

КОЧКІНА Наталія Юріївна, кандидат економічних наук, доцент, науковий співробітник Університету Кальярі (Італія);

ЛОМАЧИНСЬКА Ірина Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, проректор Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Україна, м. Одеса);

МАРГАСОВА Вікторія Геннадіївна, доктор економічних наук, професор, директор Офісу міжнародної та проектної діяльності Київського національного університету технологій та дизайну (Україна, м. Київ);

МАСЛЕННИКОВ Євген Іва нович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, ОНУ імені І. І. Мечникова;

НЄННО Ірина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна, м. Одеса); запрошений професор кафедри менеджменту, стратегії та інновацій, Католицький університет Левена (Бельгія, м. Левен);

ПОБЕРЕЖЕЦЬ Ольга Валеріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів і аудиту Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Україна, м. Одеса);

ТРУНІНА Ірина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (Україна, м. Кременчук);

ЧУРКІНА Ірина Євгенівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, ОНУ імені І. І. Мечникова;

РАДЧЕНКО Олександр Петрович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та інновацій, ОНУ імені І. І. Мечникова;

РЯБОКОНЬ Альона Євгеніївна, викладач кафедри менеджменту та інновацій ОНУ імені І. І. Мечникова.

Scientific and Organizing Committee of the Conference:

Eduard KUZNIETSOV, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management and Innovations of the I. I. Mechnikov ONU, Head of the Scientific School "Innovative Transformation of Management" – **Chairman** (Ukraine, Odessa);

Nataliya TYUKHTENKO, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Innovations of I. I. Mechnikov ONU – deputy chairperson (Ukraine, Odessa);

Bento Cindy LOPEZ, PhD of Economics, Department of Management, Strategy and Innovation, Catholic University of Leuven, (Belgium, Leuven);

Marta BARNA, Doctor of Economics, Professor, First Vice-Rector of Lviv University of Trade and Economics (Ukraine, Lviv);

Lyudmila GOROKHOVA, Director of the Ukrainian Association for the Development of Management and Business Education (Ukraine, Kyiv);

Dell'Atti STEFANO, Doctor of Economics, Professor, Aldo Moro University (Italy, Bari);

Iryna IGNATIEVA, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing and Business Management of the National University "Kyiv-Mohyla Academy" (Ukraine, Kyiv);

Nataliia KOCHKINA, PhD in Economics and Management, Project Researcher at the University of Cagliari (Italy);

Iryna LOMACHYNSKA, Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector of the Odessa National University named after I. I. Mechnikov (Ukraine, Odessa);

Viktoriia MARHASOVA, Doctor of Economics, Professor, Director of the Office of International and Project Activities of the Kyiv National University of Technologies and Design (Ukraine, Kyiv);

Yevhen MASLENNIKOV, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Innovations, I. I. Mechnikov ONU (Ukraine, Odessa);

Iryna NENNO, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Innovations, I. I. Mechnikov ONU (Ukraine, Odessa); Visiting Professor of the Department of Management, Strategy and Innovations, Catholic University of Leuven (Belgium, Leuven);

Olha POBEREZHETS, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance and Audit of I. I. Mechnikov Odessa National University (Ukraine, Odessa);

Iryna TRUNINA, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management and Marketing of the Kremenchuk Mykhailo Ostrohradsky National University (Ukraine, Kremenchuk);

Iryna CHURKINA, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Innovations, I. I. Mechnikov ONU (Ukraine, Odessa);

Oleksandr RADCHENKO, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Innovations, I. I. Mechnikov ONU (Ukraine, Odessa);

Alena RYABOKON, Lecturer of the Department of Management and Innovations, I. I. Mechnikov ONU (Ukraine, Odessa).

СЕКЦІЯ 5
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ
УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

SECTION 5
SOCIAL-CULTURAL CONTEXT
OF MANAGEMENT PERFORMANCE

СОЦІОМЕТРИЧНА ДІАГНОСТИКА КОМУНІКАЦІЙНИХ МЕРЕЖ ІТ ОРГАНІЗАЦІЙ У КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ <i>ІГНАТЬЄВА І. А., ШАЛОМОВА А.</i>	283
КРЕАТИВНІСТЬ СУСПІЛЬСТВА ЯК ЧИННИК СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ТА ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ <i>РАДЧЕНКО О. П.</i>	287
МЕНЕДЖМЕНТ У РИТЕЙЛІ КРИЗЬ ПРИЗМУ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ДЕТЕРМІНАНТ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ <i>РИБАЛКО-РАК Л. А., ЗАЄЦЬ В.</i>	290
КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ В МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТІ <i>ОДИНЕЦЬ А., ЗАЙЦЕВА О. І.</i>	292
СОЦІАЛЬНА КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ПРИВАТНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ <i>БУЦЬКИЙ В., КСЬОНЗ І. В.</i>	294
УДОСКОНАЛЕННЯ ГУМАНІТАРНИХ АСПЕКТІВ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ <i>ЩУБКО А., КУДІНОВА М. М.</i>	297
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ, КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ <i>ОРЛОВА Є., КІРІЛІНА М. А.</i>	300
СУТНІСТЬ, РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА <i>МАМАЛИГА Д., МАСЛЕННИКОВ Є. І.</i>	303
THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN MARKETING PROMOTION AND FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE <i>OSSAMA El Faik, BERVENO O.</i>	305
МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ДИНАМІКУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ <i>СЕРЕЖЕНКОВА О., ПЕРЕЛІ О., ТЮХТЕНКО Н. А.</i>	308
ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК УМОВА РЕЗУЛЬТАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: В СВІТЛІ КОНЦЕПЦІЇ Й. ШУМПЕТЕРА <i>ФЕДОРЧЕНКО Ю., ОРЛОВА Н. В.</i>	311
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ <i>ЛЮБЧИК Д., ЧУРКІНА І. Є.</i>	313

МЕНЕДЖМЕНТ У РИТЕЙЛІ КРИЗЬ ПРИЗМУ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ДЕТЕРМІНАНТ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

РИБАЛКО-РАК Леся Андріївна

кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри менеджменту
Полтавський університет економіки і торгівлі

ЗАЄЦЬ Вероніка

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
ОП «Менеджмент і адміністрування»,
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний ритейл функціонує в умовах високої конкуренції, цифрової трансформації та зростаючої ролі нематеріальних чинників успіху. Ефективність управлінської діяльності в цій галузі дедалі більше залежить не лише від раціональної організації процесів, а й від соціокультурного контексту, у якому формується система взаємодії між стейкхолдерами. Соціокультурні детермінанти результативності менеджменту охоплюють цінності, норми поведінки, стиль комунікації, рівень довіри, тип корпоративної культури та соціальні очікування персоналу. Вони визначають, яким чином управлінські рішення сприймаються і реалізуються в компанії. У ритейлі, де значна частка успіху залежить від людського фактору, сервісу та клієнтського досвіду, культурна чутливість менеджменту стає стратегічним ресурсом.

Дослідження підтверджують, що висока результативність ритейл-компаній досягається тоді, коли управлінські практики узгоджені з культурними особливостями колективу та споживчого середовища [1–3]. Зокрема, демократичний стиль керівництва, відкритість до зворотного зв'язку, визнання різноманіття й підтримка ініціативи працівників сприяють підвищенню залученості персоналу та покращенню якості обслуговування. Соціокультурний підхід до менеджменту в ритейлі передбачає формування корпоративної культури довіри, партнерства та етичної відповідальності, розвиток емоційного інтелекту керівників, а також орієнтацію на соціальну місію бренду [1, 3].

ТОВ «ЮСК Україна» є українським представництвом міжнародної мережі JYSK, що спеціалізується на продажу меблів, товарів для дому та інтер'єрних рішень. Результативність менеджменту значною мірою зумовлена очікуваннями українських споживачів, які цінують якість товару, швидкість обслуговування, зручність доставки та доступність цін. Скандинавське позиціонування бренду JYSK, побудоване на принципах простоти, функціональності та довіри, потребує адаптації до українського культурного середовища, де особливу роль відіграють емоційний аспект взаємодії та персональне ставлення до клієнта.

Соціокультурні детермінанти ефективності управління ТОВ «ЮСК Україна» у ритейлі проявляються у декількох вимірах. По-перше, це очікування покупців щодо сервісу та якості обслуговування. Український споживач прагне отримати не лише якісний товар, а й позитивний клієнтський

досвід, що спонукає менеджмент удосконалювати стандарти комунікації з клієнтами та підготовку персоналу. По-друге, адаптація глобальних корпоративних стандартів JYSK до національного контексту потребує розвитку гнучкої системи управління персоналом, яка враховує місцеві норми трудової поведінки, комунікації та мотивації. Важливим аспектом є регіональна специфіка. Розширення мережі до кількох десятків магазинів вимагає врахування культурних відмінностей між регіонами.

Управлінська діяльність ТОВ «ЮСК Україна» також відображає тенденцію мультिकанальності сучасного ритейлу. Українські покупці активно поєднують онлайн- та офлайн-покупки, тому менеджмент компанії розвиває електронну комерцію поряд із модернізацією фізичних магазинів. Це вимагає не лише технологічних змін, а й культурної трансформації всередині організації – формування нової моделі взаємодії між персоналом та споживачами.

Соціокультурний аспект ефективності управління проявляється і в системі внутрішніх корпоративних цінностей. JYSK реалізує у своїй діяльності принципи відкритості, взаємоповаги, орієнтації на результат і постійного вдосконалення. В українському контексті ці принципи потребують постійного зміцнення через навчання, розвиток сервісної культури, підвищення мотивації та залучення працівників до прийняття рішень. Результативність менеджменту ТОВ «ЮСК Україна» у ритейлі визначається тим, наскільки успішно компанія інтегрує соціокультурні чинники у свою управлінську практику. Це означає, що стратегічне планування, маркетинг, робота з персоналом і взаємодія з клієнтами повинні ґрунтуватися на розумінні культурних особливостей українського споживача. Успішна адаптація міжнародних стандартів до локального ринку забезпечує не лише економічні результати, а й формує позитивний соціальний імідж компанії, сприяючи її сталому розвитку.

Таким чином, менеджмент у ритейлі, розглянутий крізь призму соціокультурних детермінант, демонструє, що ефективне управління вимагає поєднання глобальної корпоративної культури з національною ідентичністю. Приклад ТОВ «ЮСК Україна» свідчить, що саме гармонійне поєднання цих елементів є запорукою підвищення результативності управлінської діяльності, зміцнення конкурентних позицій і довгострокового успіху компанії на українському ринку.

Список джерел

1. Олійник Т., Іванова М. Розвиток ритейлу в Україні. Молодий вчений, 2024, № 1 (125). С. 126–129. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1> (дата звернення: 5.11.2025).
2. Салун М. М. Гібридний ритейл (Hybrid Retail) як нова парадигма розвитку роздрібної торгівлі: теоретичні основи, порівняльний аналіз і національні перспективи. Актуальні питання економічних наук, 2025, (14). URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16810709> (дата звернення: 5. 11. 2025).

3. Шапка І. Ринок ритейлу в Україні: аналіз поточного стану та перспективи розвитку в умовах трансформаційної економіки. Економіка та суспільство, 2025, (72). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-165> (дата звернення: 5. 11. 2025).

КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ В МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТІ

ОДИНЕЦЬ Анастасія

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП «Економіка торгівлі»,
Державний торговельно-економічний університет

ЗАЙЦЕВА Олена Іванівна

кандидат економічних наук,
професор, професор кафедри маркетингу,
Державний торговельно-економічний університет (м. Київ)

В умовах стрімких глобалізаційних змін активно збільшується кількість міжнародних економічних зв'язків і багато компаній працюють в міжнаціональних середовищах, тому розуміння важливості і вміння ефективно використовувати спілкування між різними культурами стає ключовим фактором успіху в різних сферах бізнесу.

Поняття «крос-культурний» англійського походження: «cross» – означає «перетинати, переходити» і «culture» в усіх мовах має однакове значення, тобто дослівно цей термін можна перекласти як «перетин культур». Відповідно, крос-культурна комунікація – це комунікація на стику або перетині різних культур [1, с. 20; 2, с. 45].

Процес становлення крос-культурного маркетинг-менеджменту пов'язаний із процесами розвитку міжнародного бізнесу: від етапів зародження і формування світового ринку та зовнішньої торгівлі до міжнародного поділу праці, технологічного удосконалення засобів транспорту, розширення системи світової логістики та комунікацій [3, с. 9]. Тому під крос-культурним маркетинг-менеджментом будемо розуміти системну управлінську діяльність, спрямовану на формування, адаптацію та реалізацію маркетингових стратегій і тактик у міжкультурних середовищах або ринках з різними цивілізаційними контекстами. Цей процес включає аналіз культурних відмінностей (мови, цінностей, суспільних норм, поведінкових моделей), адаптацію елементів маркетинг-міксу (4P/7P: продукт, ціна, просування, розподіл тощо) до конкретної культури-споживача, управління відмінностями між «стандартизацією» і «локалізацією», а також забезпечення комунікаційної взаємодії з урахуванням регіональних історичних і національних особливостей для досягнення мережових цілей бізнесу [3, с. 39]. Тож розуміння зазначених крос-культурних аспектів поведінки у міжнародному бізнесі, зокрема національних особливостей поведінки людей у різних країнах, систем цінностей, традицій та звичаїв, сприятиме підвищенню ефективності бізнесу, формує його репутаційний капітал та забезпечує взаєморозуміння під час

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
ПРОФЕСІЙНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ І СВІТУ»

14 листопада 2025 року

Матеріали викладено в оригінальній авторській редакції.

Підписано до друку 13.11.2025. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 19,18. Тираж 300. Замовлення № 1225-121.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Українсько-польське наукове видавництво «Liha-Pres»
79000, м. Львів, вул. Технічна, 1
87-100, м. Торунь, вул. Лубіцка, 44
Телефон: +38 (050) 658 08 23
E-mail: editor@liha-pres.eu
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6423 від 04.10.2018 р.