



ХЕРСОНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

**МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ:
СУЧАСНІ РЕАЛІЇ, ПРОГНОЗНІ СЦЕНАРІЇ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

VII Міжнародна науково-практична конференція

17-18 квітня 2025 року

**MODERNIZATION OF ECONOMY:
CURRENT REALITIES, FORECAST SCENARIOS
AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

VII International scientific-practical conference

17-18th of April 2025

**Херсон – Хмельницький, 2025
Kherson – Khmelnytskyi, 2025**

ЗМІСТ
CONTENT

Секція: ЕКОНОМІКА, ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
Section: ECONOMY, ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Bektaş Çetin. STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AND STRATEGIC PLANNING PROCESS IN BUSINESSES.....	12
Charekishvili Lia. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES USAGE IN ENTERPRISES OF GEORGIA.....	21
Kudria Y.V. METAMORPHOSES OF SUSTAINABLE INDUSTRIAL DEVELOPMENT IN REGIONS THROUGHT THE PRISM OF THE DUALISM OF RESTITUTION POLICY.....	23
Mikadadze Cira. INNOVATIVE APPROACHES FOR TRANSITIONING TO A CIRCULAR ECONOMY.....	25
Morozova N., Denchyk I. INNOVATIVE BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION.....	28
Sârbu O.M., Coretchi B.M. THE ROLE OF ECOLOGICAL LEADERS IN THE TRANSITION OF COMPANIES TOWARDS THE CIRCULAR ECONOMY.....	30
Zhou Youda (Research supervisor Brychko A.) METHODS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES.....	39
Алексєєнко Л.М., Квасовський О.Р., Стецько М.В. МІЖНАРОДНІ ІННОВАЦІЙНІ КОНСОРЦІУМИ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ВЕКТОРИ РОЗБУДОВИ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ДЕРЖАВИ.....	42
Белєй Н.П., Місяйло О.В. ТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СИСТЕМІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ.....	44
Бойда С.В. КРИХКІСТЬ ДЕРЖАВИ ТА ЇЇ ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ.....	46
Буртняк І.В., Халудило Т.В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ: ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ, ПРОГНОСТИЧНІ СЦЕНАРІЇ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	49
Галицька М.А., Тараєвська Л.С. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	52
Гетьман О.О., Кочержина Д.Д., Кудлай В.М. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ДИВІЗІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО КОНФЛІКТУ.....	54
Денисенко І.С. ФІНАНСОВІ ПОТОКИ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНА ОСОБЛИВІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ.....	58
Козакова Л.О., Момоток О.М. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	61
Колєдіна К.О., Божидай І.І. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	64
Корнієнко М.С., Тарлопов І.О., Бєлєзерцев В.С. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ.....	66
Котєнок А.Г., Федько І.В. МОЖЛИВОСТІ МАЛОГО І МІКРОБІЗНЕСУ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	68
Кудрявцев В.М. ВПЛИВ ESG-ФАКТОРІВ НА ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ.....	71
Лєщух І.В. КЛАСИЧНІ ТЕОРІЇ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АГЛОМЕРАЦІЙ.....	73
Ляховська О.В. РОЗВИТОК ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	75

Царук І.В., Арзянцева Д.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ КОМУНІКАЦІЇ З ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ.....	316
Шепіль А.В. (Науковий керівник Бричко А.М.) ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ.....	318
Школяр С.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ СТАНОВЛЕННЯ ТА ОБГРУНТУВАННЯ РОЛІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	321
Шукліна В.В., Бунчак Д.О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ТА СПОСОБИ ОЦІНКИ.....	323

Секція: МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА
Section: MARKETING AND LOGISTICS

Zhou Tingting (Research supervisor Brychko A.) RESEARCH ON CHANNEL DIFFERENTIATION STRATEGY OF MIDEA GROUP.....	327
Василик О.Б., Купчинська Т.А. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ.....	329
Вергал К.Ю., Іванов Ю.В. ОПТИМІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В БУДІВЕЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ ЗАСОБАМИ DFD-ДІАГРАМ.....	331
Джерелюк Ю.О., Гайко О.М. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ АНТИРИЗИКОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	334
Дорогань О.І., Тарасюк А.В. ЕВОЛЮЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: АДАПТАЦІЯ ДО НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ТА ІНТЕГРАЦІЯ У СВІТОВИЙ РИНОК.....	337
Карпенко Д.С. (Науковий керівник Лисенко І.В.) ВІДЕОКОНТЕНТ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В DIGITAL-СЕРЕДОВИЩІ.....	341
Ляшевська В.І., Шуба Т.П., Сігало С.Г. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	343
Майбородіна Н.В., Герасименко В.П. МОДЕЛЮВАННЯ ВАНТАЖООБІГУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ.....	346
Мельник С.М. МАРКЕТИНГОВІ ФОРМАТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	349
Пантюк Ю.М. ФОРМУВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	352
Пенюк В.О. РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ У ФОРМУВАННІ КОМУНІКАЦІЙ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ.....	354
Сагун Є.О., Шукліна В.В. ТЕНДЕНЦІЇ ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙНОГО ТА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	356
Сисоєв В.В., Белявцева Я.Р. ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА – КЛЮЧОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	358
Удод Р.Е., Збиранник О.М. ВИКОРИСТАННЯ UGC У ВІЗУАЛЬНОМУ КОНТЕНТІ ТІКТОК.....	361
Шептуха О.М. ТРАНСФОРМАЦІЯ PR-ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	363

Секція: ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
Section: TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS

Миронов Ю.Б. РЕКРЕАЦІЯ ТА РЕКРЕАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	366
---	------------

3. “Кейси успішних компаній” для корпоративного одягу. Показ реальних історій співпраці з бізнесами підвищує довіру до бренду.

Якщо вести мову про відомі українські бренди, які активно використовують переваги контент-маркетингу в бізнесі, то можемо навести кілька прикладів (обрали приклади з інших галузей, щоб не перегукувалось із вищенаведеними прикладами) :

- Prom.ua – ведуть блоги для покупців і продавців та вебінари для продавців з порадами щодо роботи на платформі; корисні відео на YouTube – це допомагає створити лояльну спільноту навколо бренду;

- Rozetka – власний YouTube-канал з оглядами техніки, розпаковками та веселим контентом; публікації в соцмережах про новинки, акції та лайфхаки – дають одночасно корисний і розважальний контент;

- Monobank – активно працює в соцмережах, де пояснює нововведення, викладає меми та жарти, використовує інфографіку та сторітелінг – просто доносять нюанси роботи банку для клієнтів;

- Uklop – креативні кампанії про основні складові поїздок (водіїв, безпеку тощо); блоги та статті на соціально важливі теми, сторітелінг з описом реальних поїздок – такі історії говорять про людяний підхід і сприяють позитивному іміджу компанії.

Отже, контент-маркетинг – це довготривала інвестиція, яка дає змогу не лише залучати клієнтів, але й створювати спільноту навколо бренду. Важливо бути постійним, аналізувати результати та орієнтуватися на потреби аудиторії, щоб допомагати споживачам задовольняти їхні потреби, що відповідно, допоможе бізнесу вести успішну діяльність .

Список літератури

1. Шевченко Т. Контент-маркетинг: чим корисний для бізнесу та як за допомогою нього залучати клієнтів. URL: <https://wizeclub.education/blog/kontent-marketing-chim-korisnij-dlya-biznesu-ta-yak-za-dopomogoyu-nogo-zaluchati-kliyentiv/>
2. Контент маркетинг для бізнесу та його значення. URL: <https://textelit.com.ua/kontent-marketing-dlja-biznesu/>

Вергал К.Ю.

к. е. н., доцент,

заступник директора навчально-наукового інституту

інформаційних технологій та робототехніки,

Національний університет «Полтавська політехніка

імені Юрія Кондратюка»,

м. Полтава, Україна

Іванов Ю.В.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри менеджменту і логістики,

Національний університет «Полтавська політехніка

імені Юрія Кондратюка»,

м. Полтава, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В БУДІВЕЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ ЗАСОБАМИ DFD-ДІАГРАМ

В умовах сучасного бізнес-середовища ефективне управління будівельними проектами вимагає чіткої організації інформаційних потоків між різними підсистемами компанії. У зв'язку з цим одним з основних інструментів для моделювання і оптимізації

внутрішніх бізнес-процесів є діаграми потоків даних (DFD), які «призначені для представлення процесів обробки інформації та описують систему, що моделюється, як мережу бізнес-процесів, пов'язаних між собою за допомогою потоків даних. Створювані моделі використовуються для накопичення знань про процеси організації" [2]. У даній статті розглядається побудова DFD-діаграми для моделювання інформаційних потоків у будівельній компанії, де відображаються основні функції, підфункції, документообіг і взаємозв'язки між ними. Це дозволить наочно відобразити обробку даних в організації, взаємодію між різними підсистемами та етапами робіт. Розглянемо оптимізацію інформаційних потоків через впровадження інформаційних систем і технологій для автоматизації будівельної логістики на прикладі діяльності групи компаній «Angro», яка працює на ринку нерухомості України і є лідером у впровадженні сучасних технологій у проектуванні, будівництві та обслуговуванні багатопверхових будівель і житлових комплексів. Процес аналізу діаграм потоків даних включає такі етапи [1]:

- 1) налаштування властивостей діаграми;
- 2) зміна елементів діаграми;
- 3) коригування потоків даних;
- 4) зв'язування елементів через потоки даних;
- 5) аналіз за методом аналізу зв'язків.

Для моделювання бізнес-процесів будівельної компанії була побудована DFD-діаграма першого рівня, яка включає основні процеси, взаємодії між підсистемами і документообіг. Нижче наведені основні елементи, які були включені в діаграму.

Для моделювання бізнес-процесів будівельної компанії була побудована DFD-діаграма першого рівня, яка надає візуальне уявлення про основні процеси, взаємодії між підсистемами та документообіг, що має місце в організації. Це дозволяє чітко відобразити структуру і взаємозв'язки різних елементів в рамках компанії. Ось детальніший опис основних елементів, включених в діаграму:

Основними процесами, які моделюються на діаграмі для опису діяльності групи компаній «Angro», є:

- Work Plan (План робіт) – це процес формування плану робіт для реалізації проекту, що включає кілька етапів, таких як попередній етап, безпосередньо етап будівництва, завершальні роботи та інші. Цей процес є основним для початку будь-якої будівельної діяльності, адже він визначає ключові етапи і строки виконання робіт.

- Order (Замовлення) – формування замовлень на матеріали, необхідні для виконання робіт, на основі розробленого плану. Цей процес дозволяє забезпечити компанію необхідними ресурсами, враховуючи всі етапи будівництва та специфікації проекту.

- Purchase Order (Замовлення постачальнику) – включає в себе формування та обробку замовлень, які передаються постачальникам для придбання необхідних матеріалів та обладнання. Це важливий етап для забезпечення своєчасного постачання ресурсів на будівельний майданчик.

- Account (Облік фінансових операцій) – цей процес передбачає облік фінансових операцій, що виникають на підставі отриманих замовлень і рахунків від постачальників. Він включає в себе обробку фінансових даних, таких як суми до оплати, терміни оплати, а також співвідношення з іншими елементами бізнес-процесів.

- Invoices (Рахунки) – процес обліку та обробки рахунків, які надходять від постачальників після виконання замовлення. Цей етап включає в себе перевірку рахунків на відповідність замовленням та оплату.

У межах цієї діаграми також виділяються сутності, що взаємодіють з процесами:

- Будівельна компанія (User) – основна організація, яка здійснює управління проектом і відповідає за виконання всіх етапів робіт.

- Постачальники (Suppliers) – зовнішня сутність, яка забезпечує компанію необхідними матеріалами та ресурсами.

- Бухгалтерія – відповідальний підрозділ, що обробляє фінансові операції, рахунки та забезпечує правильність фінансових розрахунків.
- Відділ постачання – підрозділ, що займається обробкою і координацією замовлень на матеріали та їх постачання.

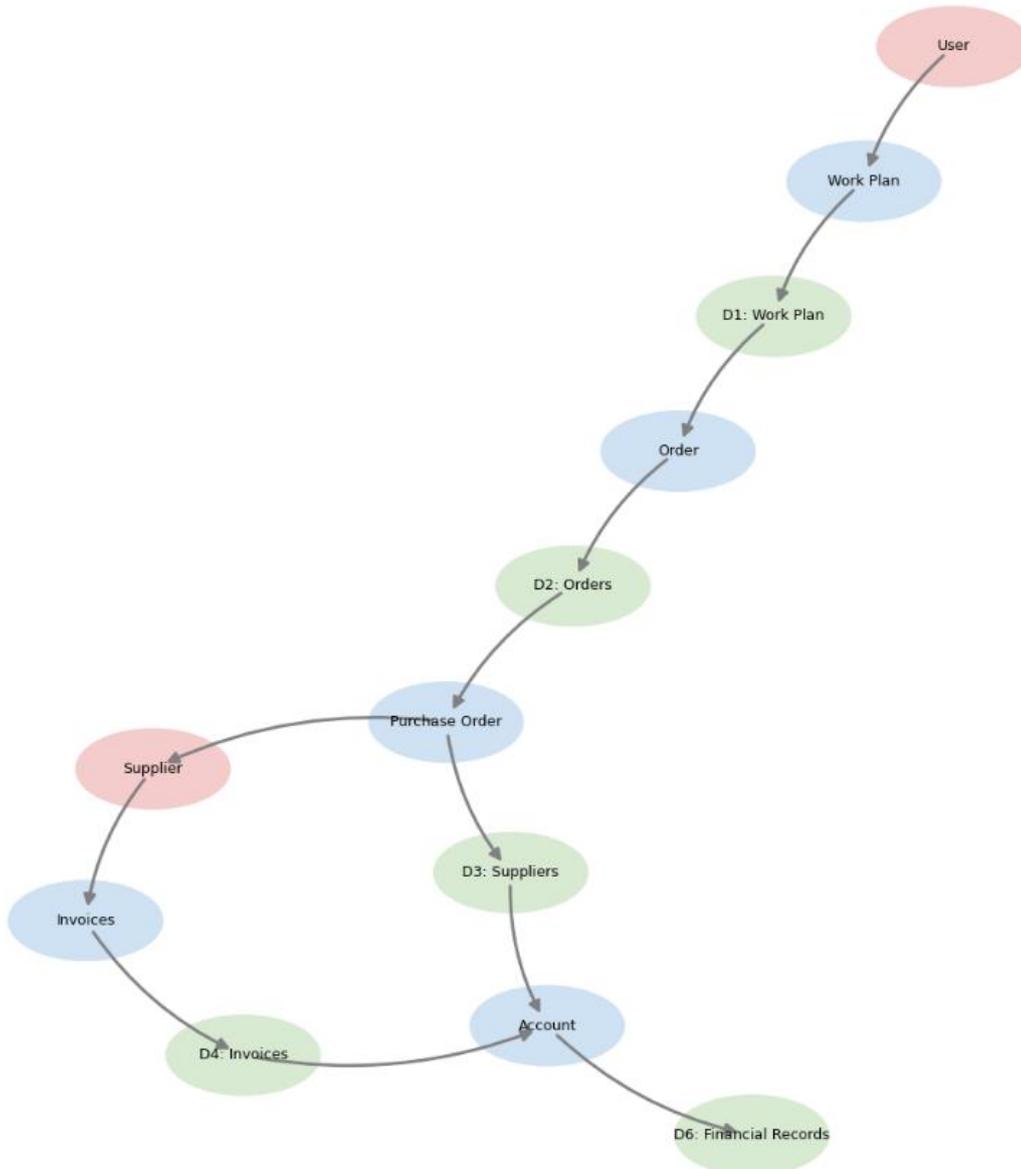


Рис. 1. DFD-діаграма інформаційних потоків будівельної компанії

Основні дані, що зберігаються в системі, розподіляються по кількох сховищах (data stores), серед яких:

D1: План робіт – містить детальну інформацію про етапи робіт і план їх виконання в межах проекту.

D2: Замовлення – зберігається інформація про матеріали, які були замовлені для виконання робіт, їх кількість та характеристики.

D3: Постачальники – містить дані про постачальників, з якими компанія співпрацює, включаючи їх контактні дані та умови постачання.

D4: Рахунки – це сховище для фінансових документів, таких як рахунки від постачальників на оплату товарів та послуг.

D5: Накладні – містить інформацію про накладні, що супроводжують постачання матеріалів, включаючи деталі поставок та їх відповідність замовленням.

D6: Облік витрат – зберігає інформацію про фінансові операції та витрати компанії, що дозволяє здійснювати точний облік та аналіз фінансової діяльності.

Опис взаємодій у DFD – діаграмі першого рівня подано на рис. 1, який було сгереновано у хмарному середовищі GoogleColab мовою програмування Python з використанням бібліотек – matplotlib та networkx.

На діаграмі представлені взаємодії між основними процесами і сутностями, що дозволяє чітко уявити, як здійснюється обробка даних і документообіг. Наприклад, процес "Work Plan" ініціює формування замовлень, що потім веде до створення "Purchase Order", яке направляється постачальникам. Водночас, рахунки, що надходять від постачальників, потрапляють до бухгалтерії, яка здійснює їх обробку та запис у відповідні сховища. Всі ці взаємодії та потоки даних дозволяють організувати ефективну систему управління будівельними проектами, забезпечуючи точність і прозорість на кожному етапі процесу.

Використання DFD-діаграми при проектуванні інформаційних потоків для будівельної компанії є важливим етапом у розвитку ефективного процесу управління проектами. Використання DFD дозволяє оптимізувати інформаційні потоки, забезпечити чітку взаємодію між підсистемами компанії та ефективно здійснювати документообіг. Така діаграма служить основою для подальшого удосконалення бізнес-процесів, покращення обліку та управління ресурсами. Використання інструментів для моделювання таких діаграм дозволяє отримати глибоке розуміння функціонування організації та виявити можливості для оптимізації її діяльності.

Список літератури

1. Ibrahim R., Yen Y. Formalization of the Data Flow Diagram Rules for Consistency Check. *International Journal of Software Engineering & Applications*. 2010. Vol. 1, Issue 4. P. 95-111.
2. Копп, Андрій, Орловський, Дмитро. Development of tools to support data flow diagrams analysis process. *ScienceRise*. 12. 2017. P. 48-53. 10.15587/2313-8416.2017.118799.

Джерелюк Ю.О.

*д. е. н., професор кафедри менеджменту,
маркетингу і туризму,*

*Херсонський національний технічний університет,
м. Херсон – м. Хмельницький, Україна*

Гайко О.М.

*здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Херсонський національний технічний університет,
м. Херсон – м. Хмельницький, Україна*

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ АНТИРИЗИКОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах ринкового середовища більшості підприємств властиві кризові явища, спричинені економічною нестабільністю, швидкими технологічними змінами, геополітичними факторами, зміною споживчих переваг і загостренням конкурентної боротьби. В умовах динамічного та нестабільного ринкового середовища антиризикова маркетингова діяльність стає ключовим елементом стратегічного управління підприємством. Вона спрямована на мінімізацію негативного впливу ризиків на ефективність маркетингових стратегій, збереження конкурентних позицій та забезпечення сталого розвитку бізнесу.