



АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

## **ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

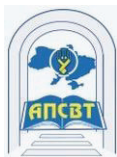
III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ  
ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ,  
ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ  
ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ»**  
*(10 БЕРЕЗНЯ 2026 РОКУ, М. КИЇВ, УКРАЇНА)*

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

**КИЇВ – 2026**

**Федерація професійних спілок України / Federation of Professional Unions of Ukraine**  
**Академія праці, соціальних відносин та туризму / Academy of Labor, Social Relations and Tourism**  
**Кафедра маркетингу / Department of Marketing**



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

III Міжнародної науково-практичної конференції  
**«НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ  
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ,  
ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ  
АСПЕКТИ»**

(10 березня 2026 року, м. Київ, Україна)

**COLLECTION OF MATERIALS**  
of III International scientific and practical conference  
**"SCIENTIFIC DIMENSION OF REFLECTING ON AND  
SEEKING PATHWAYS FOR UKRAINE'S DEVELOPMENT:  
MARKETING, ECONOMIC, FINANCIAL, MANAGEMENT, AND  
LEGAL ASPECTS"**

(March 10, 2026, Kyiv, Ukraine)

УДК 08:339.138+330+336+005+34+159.9(477)  
DOI: 10.5281/zenodo.1982150

*Рекомендовано Вченою радою  
Академії праці, соціальних відносин і туризму  
(протокол № 7 від 07.04.2026 року)*

**НАУКОВИЙ ВИМІР ОСМИСЛЕННЯ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ, ФІНАНСОВИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ:** збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 10 березня 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / За заг. ред.: Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина, – Київ. 2026. 572 с. (46,9 автор. арк.)

**ISBN: 978-966-654 -917-7**

У збірнику подано матеріали доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції кафедри маркетингу АПСВТ, присвячені осмисленню актуальних викликів та пошуку ефективних шляхів розвитку України в умовах трансформаційних змін. Розглянуто сучасні проблеми та тенденції у сфері маркетингу, економіки, фінансів, управління, права, а також соціально-психологічні аспекти розвитку суспільства. Представлено результати наукових досліджень, що відображають міждисциплінарний підхід до формування стратегічних орієнтирів сталого розвитку.

Для науковців, фахівців, викладачів закладів вищої освіти, здобувачів вищої освіти всіх рівнів.

#### **Редакційна колегія**

Сухомлин В.Б. - кандидат наук з державного управління, доцент, ректор АПСВТ, Заслужений працівник соціальної сфери України

Писаренко Н.В. - кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ (*головний редактор*)

Ярмоленко Ю.О. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Корчинська О.А. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ

Середа Н.М. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Бабічева О.І. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

Базарна О.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу АПСВТ

*Збірник матеріалів підготовлений як частина науково-дослідної теми кафедри маркетингу АПСВТ «Трансформація маркетингу в цифровій економіці: ринкові аспекти та соціальна відповідальність» (складова НДР АПСВТ «Ринок праці і розвиток профспілкового руху»)*

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори

Матеріали друкуються мовами оригіналу: українська, англійська, польська

© Автори матеріалів, 2026

© Академія праці, соціальних відносин і туризму (кафедра маркетингу), 2026

<b>Базарна Ольга, Богідасв Андрій, Горюн Костянтин</b> ІННОВАЦІЇ В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЩОДО ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ	260
<b>Базарна Ольга, Момонт Євген, Момонт Юрій</b> ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ В РЕКЛАМУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	262
<b>Броновицький Володимир, Даниленко Євген</b> ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ АГРАРНИХ РИНКІВ	264
<b>Віслоух Іван</b> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ	266
<b>Внукова Наталія</b> ПРИРОДОРЕСУРСНІ АСПЕКТИ У ЗВІТАХ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	268
<b>Гетьман Олег</b> ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	270
<b>Глухий Олександр, Бабічева Олена</b> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО БРЕНДУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ	272
<b>Гурін Марта</b> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВОМУ ПЛАНУВАННІ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ	274
<b>Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман</b> ПРОГРАМА ОСОБИСТОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	276
<b>Коновальчук Анастасія, Яковенко Роман</b> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	277
<b>Петров Дмитро</b> ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	279
<b>Пригарська Діана</b> РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ НІМЕЧЧИНИ	281
<b>Тютюнник Світлана, Тютюнник Юрій, Капцедал Наталія</b>	283

ВІДБУДОВА ЧЕРЕЗ ГОСТИННІСТЬ: РЕГЕНЕРАТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК  
ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

*Устік Тетяна* 285  
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ  
СТАЛИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

*Хом'якова Катерина, Марков Роберт* 287  
СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК  
ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО БРЕНДУ

*Шепель Тетяна* 289  
МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ПСИХОЛОГІЧНІ  
МЕХАНІЗМИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ

*Яковенко Роман, Гергардт Олександр* 291  
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ  
НАВАНТАЖЕННЯМ ПЕРСОНАЛУ

**СЕКЦІЯ 5. Актуальні тенденції інноваційного розвитку в контексті  
забезпечення фінансово-економічної безпеки: міжнародний досвід та  
національні пріоритети**

*Базарна Ольга, Зоря Руслан, Артеменко Антоніна* 294  
ІНТЕГРАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА СЕРВІСУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНИХ  
ПЕРЕВАГ У ТУРИЗМІ

*Базарна Ольга, Вишневська Анастасія* 296  
ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЕРІОД ЦИФРОВІЗАЦІЇ  
ТА ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

*Базарна Ольга, Луначук Єлизавета* 298  
ТИПИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ НОВА ПОШТА

*Базарна Ольга, Бугай Олег, Головчук Дар'я* 300  
СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ  
ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ  
КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Бреус Світлана, Чайка Антон* 303  
ІНСТРУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ  
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ  
ОСВІТИ

*Борисенко Андрій, Бреус Світлана* 305  
ІМПЕРАТИВ АДАПТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА У  
КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

формальністю, а умовою для сталого функціонування. Після війни український бізнес відновлюватиметься поступово і від того, наскільки виважено підприємства підійдуть до структури своїх зобов'язань, залежатиме їхня стійкість та темпи економічного зростання загалом. Післявоєнне відновлення України значною мірою залежатиме від того, наскільки ефективно буде підтримано малий та середній бізнес. Досвід Німеччини тільки підкреслює значимість підприємницької активності, поєднаної з послідовною економічною політикою і наочно демонструє здатність забезпечити стійке зростання. Для України ж наведений приклад означає необхідність створення умов, за яких МСБ зможе не тільки відновитися, а й стати руййною силою модернізації економіки.

#### **Література:**

1. Кушнірук Г. Релокація бізнесу: як державі зберегти економічний потенціал. *Економічна правда*. 2022. 27 черв. URL: <https://pravda.com.ua/columns/2022/06/27/688588/>
2. KfW Bankengruppe. About KfW. URL: <https://www.kfw.de>
3. Міністерство фінансів України. Мінфін: Підприємці отримали 130 тис. доступних кредитів на 442 млрд грн з початку дії держпрограми «5-7-9%» // Кабінет Міністрів України. 24.11.2025. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-pidpriyemtsi-otrymaly-130-tys-dostupnykh-kredytiv-na-442-mlrd-hrn-z-pochatku-dii-derzhprohramy-5-7-9>
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28 «Про надання фінансової державної підтримки суб'єктам малого та середнього підприємництва». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-%D0%BF>
5. Міністерство фінансів України. Мінфін: у 2023 році підприємці отримали 23 973 доступні кредити на 97,2 млрд гривень. 01.01.2024. URL: [https://www.mof.gov.ua/uk/news/minfin\\_u\\_2023\\_rotsi\\_pidpriyemtsi\\_otrimali\\_23\\_973\\_dostupni\\_krediti\\_na\\_972\\_mlrd\\_griven](https://www.mof.gov.ua/uk/news/minfin_u_2023_rotsi_pidpriyemtsi_otrimali_23_973_dostupni_krediti_na_972_mlrd_griven)
6. Національний банк України. Огляд банківського сектору. 2023. URL: <https://bank.gov.ua>

**Тютюнник Світлана**

кандидат економічних наук, доцент

**Тютюнник Юрій**

кандидат економічних наук, доцент

**Канцедал Наталія,**

кандидат економічних наук, доцент,

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава, Україна

## **ВІДБУДОВА ЧЕРЕЗ ГОСТИННІСТЬ: РЕГЕНЕРАТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ**

Сучасний стан туристичної галузі в Україні вимагає радикального перегляду класичних підходів до сталого розвитку. Традиційна модель, орієнтована на мінімізацію шкоди довкіллю, сьогодні є недостатньою, оскільки країна стикається з масштабними руйнуваннями та глибокими соціальними викликами. На зміну їй повинна прийти концепція регенеративного туризму, головною метою якого є не просто збереження, а активне зцілення територій, громад та екосистем.

В основі регенеративного підходу лежить впровадження принципу «відбудувати краще, ніж було» (Build Back Better), що забезпечує не просто механічне відтворення довоєнного стану, а глибоку модернізацію та підвищення енергоефективності, доступності й сталості туристичної інфраструктури відповідно до найсучасніших світових стандартів [2].

Такий підхід трансформує галузь через три взаємозалежні напрями, першим з яких є

комплексне економічне відродження громад. У цьому контексті індустрія гостинності стає потужним драйвером для деокупованих територій через максимальну локалізацію ланцюгів постачання. Готелі та ресторани перетворюються на ключових замовників для місцевих фермерів та майстрів крафтових виробів, стимулюючи розвиток малого бізнесу всередині регіону [3]. Водночас, відбудова зруйнованих об'єктів базується на інвестиціях у «зелену» інфраструктуру, де використання сонячних панелей та теплових насосів забезпечує не лише екологічність, а й необхідну енергетичну автономність.

Другим критично важливим напрямом є соціально-психологічне зцілення суспільства, де гостинність виступає дієвим інструментом терапії. Особлива увага приділяється ветеранському туризму, що передбачає розробку спеціалізованих програм реабілітації через взаємодію з природою та залучення до активного відпочинку. При цьому інклюзивність стає неохитним стандартом відновлення: створення безбар'єрного простору з пандусами, ліфтами та тактильною навігацією (тактильною плиткою, табличками зі шрифтом Брайля, контрастним маркуванням) є не лише технічною вимогою, а передусім виявом глибокої поваги до героїв та постраждалих від війни, що гарантує їм право на гідний та комфортний відпочинок.

Третій напрям полягає в етичній меморіалізації та формуванні нової культури пам'яті. Регенеративний туризм свідомо уникає ознак «темного туризму» на людському горі, натомість пропонує створення меморіальних маршрутів, що розповідають історію української стійкості та незламності. Ключовим завданням є трансформація простору трагедій у місця сили та навчання, де через рефлексію відвідувачі можуть відчути солідарність у відновленні країни.

Успішна реалізація цієї стратегії потребує активної ролі держави у створенні сприятливого регуляторного середовища та залученні міжнародних інвестицій. Саме через синергію державного управління, приватного сектору та місцевих громад модернізована галузь гостинності стане фундаментом для перетворення травматичного досвіду на ресурс для майбутнього розвитку та сталого національного відродження.

Особливе місце в цій стратегії посідає Полтавська область, яка завдяки своєму статусу «тилового серця» та потужному ресурсному потенціалу може стати еталонним майданчиком для регенерації. Полтавщина пропонує унікальне поєднання бальнеологічних можливостей Миргородщини, мистецької спадщини Опішні та аграрної сили всього регіону [1, 4]. У контексті регенерації це означає трансформацію курорту «Миргородкурорт» на національний хаб посттравматичного відновлення, де природні мінеральні води та інклюзивні маршрути вздовж річки Хорол слугуватимуть для реабілітації ветеранів та цивільних осіб із ПТСР.

Важливою складовою є також етно-регенерація через мистецтво. Використання потенціалу Національного музею-заповідника українського гончарства в Опішному та приватних садиб, таких як «Старий хутір», дозволяє впроваджувати практики арт-терапії, де робота з глиною стає формою медитації та заземлення. Це не лише зберігає традиції, а й створює нові сенси для відвідувачів, допомагаючи їм віднайти внутрішню рівновагу через взаємодію з автентичною культурою. Водночас літературна спадщина Диканьки та Великих Сорочинців, зокрема Кочубеївські дуби, можуть стати місцями еко-просвітництва та деколонізації українських нарративів.

Економічний ефект регенеративного підходу на Полтавщині реалізується через модель «Farm-to-table» (від ферми до столу). Створення прямого ланцюга постачання між локальними фермерами та закладами гостинності, що базуються на гастрономічній спадщині Музею-садиби І. П. Котляревського, забезпечує виживання малого бізнесу в громадах. Такий підхід робить подорож актом солідарності: турист, споживаючи місцевий продукт або відвідуючи крафтові сироварні, безпосередньо фінансує відбудову регіону.

Фінансовий фундамент такої трансформації базується на критеріях ESG, що робить українські проєкти привабливими для міжнародних імпаکت-інвесторів та грантових програм від USAID чи Європейського зеленого курсу. Україна має шанс на всебічне технологічне та ціннісне оновлення, минуючи стадію деградційного масового туризму на користь

регенеративних моделей розвитку.

Оцінити ефективність регенеративного відновлення туристичного сектору можна за допомогою: оцінки економічної самодостатності дестинацій шляхом визначення рівня енергонезалежності (частка власної генерації з відновлювальних джерел повинна забезпечувати автономну роботу об'єктів у критичних умовах, одночасно зменшуючи вуглецевий слід); розрахунку коефіцієнта локалізації ланцюгів постачання (показує, яка частина доходів від туризму залишається безпосередньо в громаді через підтримку місцевих виробників та сервісів); дослідження динаміки відновлення біорізноманіття, чистоти водних ресурсів та площ рекультивованих територій, які за рахунок туристичних інвестицій повертаються до активного життя; визначення коефіцієнта інклюзивності (вимірює рівень відповідності туристичних об'єктів нормам універсального дизайну та відсоток доступності сервісів для ветеранів та людей з інвалідністю).

Таким чином, регенеративний туризм на прикладі конкретних локацій Полтавщини доводить, що галузь гостинності спроможна вийти за межі сервісної сфери та стати потужним драйвером ревіталізації, який повертає життя територіям і віру в майбутнє людям. Отже, повосенний туризм має стати «зеленим», цифровим та інклюзивним.

#### **Література:**

1. Зміни до Стратегії розвитку Полтавської області на 2021-2027 роки. URL: <https://media.poda.gov.ua/docs/04aom5k3/889.pdf>

2. Пісецький М. К. Геоекономічні детермінанти стратегічного управління туризмом України в умовах повосенного відновлення та безпекових викликів. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск № 81. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7106/7056>

3. Стратегія відновлення, сталого розвитку та цифрової трансформації малого і середнього підприємництва на період до 2027 року : схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 821-р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/821-2024-%D1%80#Text>

4. Тютюнник Ю. М., Безкровний О. В., Тютюнник С. В., Рудич А. І., Чіп Л. О. SWOT-аналіз стану та перспектив розвитку сільського зеленого туризму в Полтавській області. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2, № 8. С. 138-145. URL: <https://journals.csr.com.ua/index.php/sustainability/article/view/245>

**Устік Тетяна**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри маркетингу та логістики,  
Сумський національний аграрний університет,  
м. Суми, Україна

## **ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ**

Сталий розвиток бізнесу передбачає використання ресурсів таким чином, щоб задовольняти потреби сучасного суспільства без загрози для майбутніх поколінь. У цьому контексті цифрові технології виступають інструментом трансформації традиційних бізнес-моделей у більш гнучкі, інноваційні та екологічно орієнтовані. Впровадження цифрових рішень дозволяє підприємствам ефективніше використовувати матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси, що сприяє зниженню витрат і мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Сучасні бізнес-моделі підприємств як повноправних суб'єктів економічної діяльності формуються під впливом процесів цифрової трансформації та глобалізації економічного