МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ І АСПІРАНТІВ





ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Випуск 1 (51), 2026

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
“SCIENCE VISION 2035.
МОЛОДЬ ФОРМУЄ МАЙБУТНЄ”

26 березня 2026 р.

Київ
2026

УДК 330-339; 321.7; 159.9
М58

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 5 від 29.04.2026)

Редакційна колегія:

С. В. Храпатий, д-р фіз.-мат. наук, проф.
К. В. Муравйов, д-р юрид. наук, проф.
Я. М. Раєвська, д-р психол. наук, проф.
С. О. Лисенко, д-р юрид. наук, проф.
Г. О. Братусь, д-р екон. наук, проф.
І. М. Капеліста, канд. наук з держ. упр.
Є. Я. Черняк, координатор роботи НТСА МАУП у зв'язку з науково-дослідною частиною
М. І. Данилюк, голова НТСА МАУП, голова НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
В. В. Карцева, заступник голови НТСА МАУП, заступник голови НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
М. Бабенко, секретар НТСА МАУП
А. Котляр, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу
В. Грибенюк, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту безпеки
О. Скарлат, голова НТСА МАУП ф-ту дизайну
А. Боженок, голова НТСА МАУП ф-ту комп'ютерно-інформаційних технологій

Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: С. В. Храпатий (голова) [та ін.]. Вип. 1 (51). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2026. 198 с. Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику висвітлено матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Science Vision 2035. Молодь формує майбутнє" (Київ, Міжрегіональна Академія управління персоналом, 26 березня 2026 р.).

Наведено тези доповідей учасників науково-практичної конференції МАУП з таких проблематик: молодіжні наукові візії розвитку сучасного бізнесу; психологія і соціальні науки майбутнього: молодь як рушій інновацій; роль молоді у забезпеченні безпеки та дотриманні прав людини в Україні; дизайн у контексті суспільних та технологічних трансформацій; сучасні цифрові виклики: доброчесність, ШІ та відкриті технології.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться висвітленими темами молодіжної науки в Україні.

Видається з 2001 року.
Періодичність: 1 раз на квартал.
Засновник: *ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом".*

УДК 330-339; 321.7; 159.9

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2026

ЗМІСТ

МОЛОДІЖНІ НАУКОВІ ВІЗІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

В. С. Бабак
Модель сервісного партнера підприємства оптової торгівлі *10*

К. А. Буніч
Значення електронних платіжних систем для розвитку сучасного бізнесу *12*

А. О. Глуха
Формування товарної інноваційної політики підприємства в умовах сучасного ринку *15*

А. М. Демедюк
Торговельна політика України як інструмент розвитку міжнародного бізнесу в умовах війни *17*

Д. Д. Жемелка
Використання штучного інтелекту в туристичному бізнесі як стратегія сучасної конкурентоспроможності *19*

К. Г. Кононенко, А. В. Лигирда
Енергетична трансформація туризму: модель енерго-хабів для сталого розвитку *21*

А. С. Котляр
Освіта як драйвер розвитку молодіжного підприємництва *24*

А. В. Крецька, А. Р. Мельничук
Фінансова грамотність молоді як соціально-психологічний фактор економічної самостійності *26*

А. Р. Макійчук
Цифрова трансформація фармацевтичної галузі *28*

А. А. Марциняк
Підтримка бізнесу як інструмент забезпечення соціально-економічних прав людини в умовах правового режиму воєнного стану: публічно-управлінський аспект *31*

М. Очкас
Бюджетно-податкові інструменти стимулювання підприємництва в Україні: сучасні виклики та стратегічні перспективи *33*

Ю. О. Полонський
Особливості цифрового маркетингу в ІТ-секторі економіки *35*

Таким чином, бюджетно-податкові інструменти відіграють важливу роль у формуванні сприятливого середовища для розвитку підприємництва. Їх ефективне застосування сприяє активізації підприємницької діяльності, розвитку інновацій та економічному зростанню. Удосконалення цих механізмів має ґрунтуватися на принципах стабільності, прозорості та ефективності, що сприятиме розвитку підприємницького сектору й підвищенню конкурентоспроможності економіки України.

Джерела

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами і доповненнями).
2. Міністерство фінансів України. Бюджетна політика України в умовах економічної трансформації: офіційні аналітичні матеріали. Київ, 2023.
3. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI (зі змінами і доповненнями).

Ю. О. ПОЛОНСЬКИЙ

здобувач другого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність "Маркетинг",
ННІУЕБ Міжрегіональна Академія управління персоналом

Науковий керівник:
Л. О. КАРБОВСЬКА
канд. екон. наук., доц., проф. кафедри маркетингу ННІУЕБ МАУП
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5333-1653

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ІТ-СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

У сучасному світі, де перш за все цифрові технології, технологічним компаніям потрібно більше, ніж просто інноваційні продукти — їм потрібні потужні стратегії цифрового маркетингу, щоб виділитися. Цифровий маркетинг у технологіях стосується методів онлайн-маркетингу, що використовуються програмними компаніями, постачальниками SaaS, IT-консалтинговими компаніями та іншими технологічними компаніями для просування своїх послуг, генерування потенційних клієнтів та збільшення конверсій [1].

Цифровий маркетинг в IT-секторі — це комплекс стратегій (SEO, SMM, контекстна реклама, контент-маркетинг) для просування програмних продуктів, SaaS-рішень та послуг з розробки. Він спрямований на залучення цільової аудиторії (B2B/B2C), підвищення впізнаваності бренду та генерацію

лідів у цифровому середовищі. Основна мета — вибудовування довгострокових відносин з клієнтами та демонстрація технічної експертності [2].

Особливості цифрового маркетингу в ІТ:

Довгий цикл продажів (особливо B2B), що вимагає стратегій генерування лідів, які з часом будують відносини.

Експертність: контент має бути технічно професійним, щоб викликати довіру у CTO, CEO чи технічних директорів.

Високо ціннісні продажі спонукають до побудови довіри. Купівля програмного забезпечення або ІТ-послуг часто передбачає прийняття важливих бізнес-рішень. Контент-орієнтований маркетинг (наприклад, офіційні документи, тематичні дослідження та вебінари) допомагає завоювати довіру.

Висока конкуренція вимагає унікальної ціннісної пропозиції (USP).

Нормативні вимоги. Багато технологічних компаній працюють у секторах, що орієнтовані на дотримання нормативних вимог, що вимагає маркетингу, який відповідає нормам безпеки даних, таким як GDPR або галузевим вимогам.

ІТ- та технологічна галузь переживають безпрецедентне зростання, зумовлене такими інноваціями, як штучний інтелект, хмарні обчислення та кібербезпека. У цьому висококонкурентному просторі компанії повинні застосовувати передові стратегії цифрового маркетингу для ІТ-компаній , щоб залучати клієнтів та створювати сильну ідентичність бренду.

Найважливіші тенденції цифрового маркетингу, що змінюють ландшафт ІТ та технологій [3] (рисунок).

Важливість та переваги цифрового маркетингу:

1) Глобальне охоплення та точне таргетування — можливість охопити певні галузі або посади в будь-якій точці світу.



Найважливіші тенденції цифрового маркетингу, що змінюють ландшафт ІТ та технологій

2) Зміцнення довіри та авторитету — це важливий фактор для B2B IT, де покупці повинні довіряти постачальнику критично важливу інфраструктуру або дані.
3) Вимірювані результати: використання аналітики даних для відстеження рентабельності інвестицій та коригування кампаній для кращої продуктивності.
4) Економічно ефективний: часто доступніший та ефективніший, ніж традиційний маркетинг, для охоплення спеціалізованої аудиторії.

Стратегія цифрового маркетингу є логічним кроком для IT-компанії, яка прагне конвертувати свої технічні знання у високу ринкову вартість. Це інструмент переходу від "випадкових прибутків" до "прогнозованого зростання".

Джерела

1. Динаміка IT-індустрії в Україні: ключові результати дослідження IT Research Ukraine 2024. *Стійкість як нова реальність*. URL: https://codeua.com/uk/dynamika-it-industriyi-v-ukrayini-klyuchovi-rezultaty-doslidzhennya-it-research-ukraine-2024-stijkist-yak-nova-realnist/
2. Рейтинг сервісних IT компаній України. URL: https://jobs.dou.ua/ratings/?type=service
3. *Darwin Karma*. The Essence of Services: The Invisible Backbone of Modern Economies. May 17, 2025. URL: https://premierbusinessclub.com/the-essence-of-services-the-invisible-backbone-of-modern-economies/

Д. СОЛОГУБ

аспірант,
Навчально-науковий Інститут управління, економіки та бізнесу,
ПрАТ "ВНЗ "МАУП", м. Київ

Науковий керівник:
Г. І. СКИБА

канд. екон. наук, доц., доцент кафедри фінансів, банківської та страхової справи,
Навчально-науковий Інститут управління, економіки та бізнесу,
ПрАТ "ВНЗ "МАУП", м. Київ

МАЙБУТНЄ БІЗНЕСУ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: РОЛЬ СВІТОВОГО РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У сучасних умовах розвитку глобальної економіки інформаційні технології перетворилися на один із ключових факторів економічного зростання та формування конкурентних переваг підприємств. Цифровізація економічних процесів сприяє трансформації традиційних підходів до ведення бізнесу, по-