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*

А. О. ГЛУХА
здобувачка четвертого курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність "Менеджмент",
НН ІУЕБ МАУП, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Науковий керівник:
М. М. КРИВОБЕРЕЦЬ
канд. екон. наук, доц.,
НН ІУЕБ МАУП, Міжрегіональна Академія управління персоналом
ORCID: 0000-0001-5229-2672

ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ І ННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ

Інноваційна діяльність є одним із провідних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств, забезпечення їх економічного розвитку та довгострокової стійкості. В умовах сучасної економіки, де процеси глобалізації та цифрової трансформації суттєво впливають на функціонування ринків, здатність підприємства генерувати, впроваджувати та ефективно координувати інновації стає визначальною передумовою його успішної діяльності. Управління інноваційною діяльністю передбачає системний підхід, що охоплює дослідження ринкових тенденцій, створення нових товарів і послуг, удосконалення внутрішніх бізнес-процесів, а також активне використання сучасних технологічних рішень. Реалізація таких підходів сприяє не лише підвищенню якості продукції та послуг, але й формує передумови для стабільного розвитку підприємства та зміцнення його ринкових позицій [3].

Особливої актуальності питання ефективного управління інноваціями набуває для українських підприємств у сучасних умовах воєнного часу. За таких обставин інноваційна діяльність спрямована не тільки на створення нових продуктів чи послуг, але й на модернізацію існуючих виробничих і управлінських процесів, раціональне використання ресурсів, впровадження сучасних технологій та підвищення загальної адаптивності бізнесу. Водночас підприємствам необхідно враховувати специфічні виклики, пов'язані з воєнним станом, зокрема забезпечення безпеки персоналу, трансформацію логістичних ланцюгів, а також здатність оперативно реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища [1].

У сучасній економічній науці інновації в межах товарної політики підприємства розглядаються як впровадження якісно нових або вдосконалених рішень, що стосуються характеристик продукції чи послуг. Такі зміни можуть охоплювати підвищення якості, удосконалення дизайну та упаковки, використання нових матеріалів, технологій виробництва або інноваційних підходів до просування продукції на ринку. Застосування подібних рішень

сприяє підвищенню привабливості товарів для споживачів та формуванню додаткової цінності для клієнтів. Інтеграція інновацій у товарну політику підприємства позитивно впливає на реалізацію його маркетингової стратегії. Завдяки впровадженню новаторських рішень підприємство отримує можливість ефективніше диференціювати свою продукцію на ринку, залучати нові сегменти споживачів та задовольняти їхні зростаючі потреби. Крім того, інновації сприяють зміцненню конкурентних позицій підприємства, оскільки дозволяють йому ефективніше конкурувати з іншими учасниками ринку, підвищувати інтерес споживачів до власної продукції та забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі [4].

Результативність реалізації товарної політики значною мірою визначається рівнем інноваційності рішень, що впроваджуються підприємством. Інновації створюють можливості для постійного вдосконалення товарів і послуг, їх адаптації до змін у споживчих потребах та ринковій кон'юнктурі. Використання нових технологічних рішень, модернізація дизайну, покращення функціональних характеристик і підвищення якості продукції сприяють формуванню стійких конкурентних переваг та привертають додаткову увагу споживачів. Крім того, інноваційна складова товарної політики дозволяє підприємствам розширювати асортимент продукції, освоювати нові ринкові ніші та збільшувати обсяги реалізації. Впровадження інновацій також позитивно впливає на рівень лояльності клієнтів, підвищує ступінь задоволеності споживачів від використання продукції чи послуг і сприяє формуванню позитивного іміджу бренду. У результаті це стимулює зростання повторних покупок та зміцнює позиції підприємства на ринку [2].

Таким чином, підприємства, які активно інтегрують інноваційні підходи у формування та реалізацію товарної політики, отримують додаткові можливості для посилення власної конкурентоспроможності. Саме тому підприємствам необхідно враховувати особливості поведінки споживачів під час формування стратегії просування інноваційних товарів [3]. Швидкі темпи розвитку технологій, а також постійна трансформація споживчих уподобань зумовлюють необхідність для підприємств не лише адаптуватися до нових ринкових умов, але й активно інтегрувати сучасні інноваційні рішення у власні товарні стратегії. При цьому інновації можуть охоплювати різноманітні характеристики товару або послуги, що свідчить про багатовимірність даного явища та ускладнює формування єдиного універсального підходу до його трактування у межах товарної політики підприємства.

Джерела

1. *Дзямулич М. І., Урбан О. А.* Концептуальні засади формування соціальної економіки в Україні. *Економічні науки. Серія "Регіональна економіка"*. 2022. Вип. 19(75). С. 68–74.
2. *Дзямулич М. І., Чиж Н. М.* Функціонування страхового ринку в умовах глобалізації. *Економічні науки. Серія "Облік і фінанси"*. 2016. Вип. 13(49). Ч. 2. С. 53–58.
3. *Чалюк Ю. О.* Суспільство 5.0 у японській концепції кейданрен. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. Вип. 1(99). С. 65–74.

4. *Чалюк Ю. О., Довганик Н. М.* Вплив демографічного фактору на соціально-економічну стабільність Китаю. *Інтернаука. Серія "Економічні науки"*. 2022. Вип. № 7(63). С. 72–82.

А. М. ДЕМЕДЮК
здобувач першого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність "Міжнародна економіка",
факультет міжнародної економіки і менеджменту,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID: https://orcid.org/0009-0002-8383-132X

Науковий керівник:
О. М. ЯЦЕНКО
д-р екон. наук, проф.,
в.о. завідувача кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID: 0000-0003-4399-22174

ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Повномасштабна війна, яка триває з 2022 року, докорінно вплинула на умови функціонування української економіки та змінила структуру її зовнішньої торгівлі. Зруйнована інфраструктура, заблоковані порти, порушення логістичних ланцюгів і загальне скорочення інвестиційної активності створили серйозні виклики для українського бізнесу. У таких умовах торговельна політика держави відіграє ключову роль як ефективний інструмент підтримки міжнародної економічної діяльності й зміцнення зовнішньоторговельних зв'язків.

Торговельна політика держави є вагомим інструментом та охоплює комплекс як економічних, так і правових заходів, що спрямовані на врегулювання зовнішньої торгівлі, зростання експорту та захист внутрішнього ринку. У сучасній світовій економіці формування торговельної політики відбувається також під впливом асиметрії глобальної торговельної системи, яка визначає різні можливості доступу країн до міжнародних ринків [1]. Особливої актуальності це набуває саме в умовах війни, оскільки саме через інструменти торговельної політики держава підтримує національних виробників та забезпечує доступ українських товарів до міжнародних ринків. Одним із прикладів таких політик стало поглиблення економічної співпраці України з країнами Європейського Союзу. З початком повномасштабного вторгнення ЄС тимчасово скасувала мита та квоти на українські товари, що дало можливість укра-