

Міністерство освіти і науки України
Національний лісотехнічний університет України (м. Львів)
Львівський національний університет імені Івана Франка (м. Львів)
Національний університет «Львівська політехніка» (м. Львів)
Національний університет «Одеська політехніка» (м. Одеса)
Одеський національний економічний університет (м. Одеса)
Волинський національний університет імені Лесі Українки (м. Луцьк)
Національний транспортний університет (м. Київ)
Державний університет «Житомирська політехніка» (м. Житомир)
Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)
Західне міжрегіональне управління лісового та мисливського господарства (м. Львів)
Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського (м. Київ)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Українська Асоціація Маркетингу
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця)
Batumi Navigation Teaching University, м. Батумі, Грузія
Swedish University of Agricultural Sciences, м. Уппсала, Швеція
Eberswalde University for Sustainable Development, м. Еберсвальде, Німеччина
University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj-Napoca, Румунія
Institute of Rural and Agricultural Development of the Polish Academy of Sciences, м. Варшава, Польща
Pennsylvania State University, м. Стейт-Колледж, США



МАТЕРІАЛИ



Міжнародної науково-практичної конференції

«Сучасні виклики розвитку менеджменту та маркетингу в умовах євроінтеграції»

16-17 травня 2024 р.

Конференція відбулась в рамках заходів з нагоди 150-річчя НЛТУ України

м. Львів

УДК [005.412+339.138-043.86]:[339.924:061.1ЄС]

С91 Сучасні виклики розвитку менеджменту та маркетингу в умовах євроінтеграції: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 16-17 травня 2024 р.). Львів: РВВ НЛТУ України. 2024. 359 с.

PDF-формат ; мережеве видання ; інституційний депозитарій.

ISBN

У збірнику представлені матеріали науково-практичної конференції, що відбулась в рамках заходів з нагоди 150-річчя НЛТУ України, присвячені актуальним проблемам, викликам та перспективам розвитку менеджменту та маркетингу та вищої освіти в умовах євроінтеграційних процесів. Зокрема: проблеми і перспективи розвитку теорії менеджменту та маркетингу в контексті сталого розвитку, виклики та перспективи розвитку публічного управління та освіти в умовах війни і в поствоєнний період, управління розвитком секторів економіки на засадах сталого розвитку, актуальних питань маркетингу, фінансів, логістики та бізнес-комунікацій в умовах цифровізації економіки країни..

Авторським колективом збірника є провідні вчені та молоді науковці, аспіранти та студенти України, Німеччини, Чехії, Польщі, Швеції, США, Грузії та Румунії.

Тези доповідей відтворені з авторських оригіналів, поданих до оргкомітету. За точність та оригінальність інформації, зміст матеріалів, достовірність фактів, посилань, правопису, економіко-статистичних та інших даних, а також за використання матеріалів, що не рекомендовані до відкритої публікації, відповідальність несуть автори опублікованих матеріалів. При використанні матеріалів конференції у будь-якій формі, посилання на збірник обов'язкове.

Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового Інституту екологічної економіки і менеджменту НЛТУ України (протокол № 5 від 21.05.2024 р.)

Головний редактор: завідувачка кафедри менеджменту та маркетингу

к.е.н., доц. **Олена Максимець**

Редакційна колегія:

д.е.н., проф. **Анатолій Дейнека**

д.е.н., проф. **Євген Борщук**

д.держ.упр., проф. **Надія Калашник**

д.е.н., проф. **Петро Гарасим**

д.е.н., проф. **Ігор Соловій**

к.геогр.н., проф. **Іон Дубовіч**

к.е.н., доц. **Микола Матвеев**

к.е.н., доц. **Павло Динька**

к.е.н., доц. **Евеліна Кульчицька**

ст.викл. **Тетяна Вайданич**

Відповідальна за випуск: к.е.н. доц. **Евеліна Кульчицька**

Верстка та макет: ст. викладач **Тетяна Вайданич**

© НЛТУ України, 2024

16-17 травня 2024

Ministry of Education and Science of Ukraine
Ukrainian National Forestry University, Lviv
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv
Lviv Polytechnic National University, Lviv
Odesa Polytechnic National University, Odesa
Odesa National Economic University, Odesa
Lesya Ukrainka Volyn National, Lutsk
National Transport University, Kyiv
Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr
Kharkiv National Automobile and Highway National University, Khariv
Western Interregional Administration of Forestry and Hunting, Lviv
National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv
Ivano–Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano–Frankivsk
Ukrainian Marketing Association, UMA
Ukrainian Association for Management Development and Business Education, UAMDBE
Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia
Batumi Navigation Teaching University, Batumi, Georgia
Swedish University of Agricultural Sciences, Uppsala, Sweden
Eberswalde University for Sustainable Development, Eberswalde, Germany
University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj–Napoca,,Romania
Institute of Rural and Agricultural Development of the Polish Academy of Sciences, Warsaw, Poland
Pennsylvania State University, State College, Pennsylvania, USA



Proceedings



International Scientific and Practical Conference

«Modern challenges of management and marketing development in the conditions of European integration»

16–17 May 2024

The conference is held within the framework of events on the occasion of the 150th anniversary of Ukrainian National Forestry University

Lviv

УДК [005.412+339.138-043.86]:[339.924:061.1ЄЄ]

C91 ***Modern challenges of management and marketing development in the conditions of European integration (Lviv, May 16-17, 2024). – Lviv, UNFU, 2024. – 359p.***

PDF format; network edition; institutional depository

ISBN

The Proceedings present materials of the Scientific and Practical Conference held within the framework of events on the occasion of the 150th anniversary of Ukrainian National Forestry University and cover current challenges and prospects for the development of management, marketing, and higher education in the context of European integration processes. The focus is on: issues and prospects for the development of management and marketing theory in the context of sustainable development; challenges and prospects for the development of public administration and education during and after the war; management of economic sectors based on sustainable development principles; current issues in marketing, finance, logistics, and business communications in the context of the digitalization of the country's economy.

The authors of the Conference Proceedings abstracts are leading scholars, professionals, business representatives, young researchers, graduate and under-graduate students from Ukraine, Germany, the Czech Republic, Poland, Sweden, the USA, Georgia, and Romania.

The abstracts are reproduced from the original manuscripts submitted to the organizing committee. The authors of the published materials are responsible for the accuracy and originality of the information, the content of the materials, the reliability of the facts, references, spelling, economic and statistical data, as well as for the use of materials not recommended for open publication.

When using conference materials in any form, a reference to the collection is mandatory.

Recommended for publication by the Scientific Council of the Institute of Ecological Economics and Management at the UNFU (Protocol № 5 of 21.05.2024)

Editor-in-Chief: Head of the Department of Management and Marketing Ph.D. of Economics, Associate Professor ***Olena Maksymets***

Editorial board:

Doctor of Economics, Professor ***Anatoliy Deyneka***

Doctor of Economics, Professor ***Yevhen Borschuk***

Doctor of Public Administration, Professor ***Nadiia Kalashnyk***

Doctor of Economics, Professor ***Petro Garasim***

Doctor of Economics, Professor ***Ihor Soloviy***

Ph.D. of Geography, Professor ***Ion Dubovich***

PhD in Economics, Associate Professor ***Mykola Matveyev***

Ph.D. of Economics, Associate Professor ***Pavlo Dynka***

PhD in Economics, Associate Professor ***Evelina Kulchytska***

Senior lecturer ***Tetyana Vajdanych***

Responsible for the issue: Ph.D. Associate Professor ***Evelina Kulchytska***

Layout and design: ***Tetyana Vajdanych***

16-17 травня 2024

ОЦІНКА СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО ІНВЕСТУВАННЯ**Олександр Пристемський, д. е. н., професор,***Херсонський державний аграрно-економічний університет,
м. Херсон, Україна***Аліна Сакун, к. е. н., доцент,***Херсонський державний аграрно-економічний університет,
м. Херсон, Україна*

Ефективна реалізація інвестиційної діяльності вимагає від керівництва суб'єктів господарювання розробки та послідовної реалізації інвестиційної політики, головною складовою якої є інвестиційна стратегія. Ця стратегія являє собою узгоджені систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності і комплекс методів та інструментів, форм та джерел ресурсів, використання яких дозволить найбільш ефективно реалізувати завдання загальної стратегії економічного розвитку підприємства з врахуванням сукупності факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Її розробка передбачає не тільки визначення напрямів, форм та особливостей формування інвестиційних ресурсів, а й планових заходів щодо досягнення передбачених цілей інвестування з чіткою послідовністю їх реалізації. Таким чином, інвестиційна стратегія підпорядкована загальній стратегії економічного розвитку підприємства і тому має узгоджуватися з нею щодо цілей, етапів впровадження та відповідності стадії життєвого циклу, на якій знаходиться підприємство.

Інвестиційна стратегія підприємства має містити положення щодо врегулювання напрямів та перспектив розвитку фінансового та реального інвестування. В залежності від ступеня участі менеджменту підприємства в реалізації стратегічних завдань та оцінки інвестором інформаційної ефективності інвестиційного ринку виділяють активний і пасивний типи стратегії фінансового інвестування.

Активна модель управління передбачає постійне ретельне відстеження і своєчасне придбання фінансових інструментів, що відповідають інвестиційним цілям портфеля, а також швидку зміну складу фінансових інструментів у портфелі у разі невідповідності інвестиційним цілям. Активна стратегія вимагає значних фінансових витрат, оскільки потребує активної інформативної, аналітичної, експертної й торговельної діяльності на ринку цінних паперів на підставі використання різних методів дослідження, зокрема експертних оцінок, прогнозування динаміки кон'юнктури ринку цінних паперів та економіки загалом як її передумови. Найпоширеніші методи активного управління портфелем цінних паперів реалізують принцип отримання додаткових доходів за рахунок пошуку недооцінених фінансових активів або на підставі прогнозування майбутньої цінової динаміки шляхом з'ясування ринкових закономірностей.

Пасивна стратегія управління портфелем ґрунтується на припущенні щодо відносної інформаційної достатності та ефективності інвестиційного ринку. Відповідно її метою є забезпечення дохідності портфеля на рівні середньоринкових показників за умови максимального захисту портфельних

інвестицій від негативного впливу неринкових специфічних чинників. Пасивне управління передбачає формування диверсифікованого набору інвестицій за умови певного гарантування прийнятних рівнів дохідності та ризиків, розрахованих на тривалий період.

Інвестиційна стратегія має визначальне значення для розвитку та ефективного функціонування підприємства, оскільки:

-формує механізм реалізації довгострокових загальних інвестиційних цілей економічного розвитку підприємства;

-визначає основні цільові показники розвитку підприємства та можливості їх досягнення;

-забезпечує чіткий взаємозв'язок між стратегічним, поточним і оперативним управлінням інвестиційною діяльністю підприємства;

-дозволяє реально оцінити інвестиційні можливості підприємства та максимально використовувати інвестиційний потенціал;

-створює можливості поповнення джерел фінансування інвестиційних проектів;

-відображає переваги підприємства в інвестиційній діяльності порівняно з конкурентами [1].

Вибір оптимальної стратегії в умовах ризику і невизначеності передбачає розгляд різних критеріїв оптимальності, розроблений в межах так званої «гри з природою». Дана модель передбачає свідому дію тільки одного учасника – так званого «гравця», яким в інвестиційному аналізі є інвестор, в межах невідконтрольної його об'єктивної реальності. При цьому терміном «природа» описується сукупність об'єктивних чинників, які змінюються незалежно від бажання гравця-інвестора, але мають визначальний вплив на прийняття ним інвестиційних рішень. В інвестиційному аналізі це – стан інвестиційного ринку [2].

Інвестор має прогнозовану оцінку можливих варіантів комбінації цих чинників, які виникають випадково незалежно від його дій. Інвестор розробляє варіанти можливих інвестиційних стратегій та здійснює оцінку можливої дохідності інвестицій для кожної стратегії і при кожному варіанті стану інвестиційного ринку. Перед інвестором постає завдання вибору серед множини можливих інвестиційних стратегій оптимальної. Для вибору оптимальної інвестиційної стратегії в ситуації невизначеності використовуються такі критерії: критерій Максимакса, Вальда, Севіджа, Гурвіца та ін.

Остаточний вибір оптимальної інвестиційної стратегії здійснюється на основі узагальнення результатів оцінки за відповідними критеріями. При цьому доцільно приймати до реалізації стратегію, яка є оптимальною за більшістю критеріїв.

Список використаних джерел

1. Трусова Н.В., Пристемський О.С., Якушева І.Є., Терновський В.О. Інвестиційний аналіз бізнес-проектів: Навчальний посібник. – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2019. – 328 с.

2. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: [монографія]. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.

інтернет-платформ для аналізу конкурентів.....	298
Катерина МАКСИМЕЦЬ, Ірина БАТЮК, Олена МАКСИМЕЦЬ. Використання ономотопеїв у рекламі та маркетингових кампаніях.....	301
Олена МАКСИМЕЦЬ, Дарія ЩИРОВА. Підходи до управління та оцінювання результатів компаній з урахуванням швидкозмінного середовища.....	304
Юрій МАКСИМІВ, Олена МАКСИМЕЦЬ. Перспективи застосування штучного інтелекту та машинного навчання в Україні у післявоєнний період.....	307
Ігор МАРКОВИЧ, Вікторія КОФМАН, Олена ЧУКУРНА. Стратегія бренд-менеджменту в умовах цифровізації.....	309
Володимир МОМОТ, Володимир САПІН. Вплив цифровізації економіки України на розвиток галузей, що відносяться до роздрібної торгівлі	312
Артур НЕЧЕПОРУК, Марія ВАРЛАМОВА. Маркетингові стратегії у формуванні іміджу бренду	316
Олена ПИЛИПЕНКО, Наталія ВАЛЯВСЬКА, Аліна НАКАЛЮЖНА. «Упередження природності» у споживчому виборі та у маркетинговій стратегії	320
Юрій ПОПОВСЬКИЙ, Тарас ПОПОВСЬКИЙ. Інвестиційна привабливість зеленого енергетичного сектору у сфері електротранспорту	324
Олександр ПРИСТЕМСЬКИЙ, Аліна САКУН. Оцінка стратегії фінансового інвестування.....	328
Марина САВЧЕНКО, Уляна БРАТЧУК. Реструктуризація фінансової системи у контексті сталого розвитку	330
Оксана СОЛЕЦЬКА, Олена МАКСИМЕЦЬ. Управління економічною безпекою та конкурентоспроможністю компаній в умовах невизначеності	334
Євгенія ТЕТЕРУК, Анна КАРАГОДІНА, Олена ЧУКУРНА. Маркетинг медичних послуг в умовах цифровізації.....	337
Артур ТРАЧУК, ДОЛГАЛЬОВА О.В.. Вплив цифрової трансформації на ефективність організаційних комунікацій: аналіз на прикладі АТ «ПУМБ»	340

Юрій ТЮТЮННИК, Світлана ТЮТЮННИК, Олександра КЛИША.
Використання штучного інтелекту в обліково-фінансовій роботі компанії
..... 343

Вікторія ШПІНЬ, Ірина ПЕРЕВОЗОВА. Етичні аспекти використання
соціального маркетингу в контексті війни: між дезінформацією та
допомогою 345

Тетяна ВАЙДАНИЧ, Дмитро СКРИПНЮК. Актуальні питання
автоматизації процесів в операційному менеджменті при роботі на
міжнародному ринку.....348

Сучасні виклики розвитку менеджменту та маркетингу в умовах євроінтеграції:
Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 16-17 травня
2024 р.). – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2024

Наукове електронне мережеве видання

Сучасні виклики розвитку менеджменту та маркетингу в умовах євроінтеграції

**Матеріали тез доповідей
міжнародної науково-практичної конференції
(Львів, 16-17 травня 2024 р.)**

Організатор та видавець: Національний лісотехнічний університет України
Кафедра менеджменту та маркетингу

Відповідальна за випуск: к.е.н. доц. *Евеліна Кульчицька*

Верстка та макет: ст. викладач *Тетяна Вайданич*

Адреса редакції: Україна, м. Львів, вул. Ген. Чупринки, 134

Контактний телефон: +380 32 258 42 79

<https://mm.nltu.edu.ua/>

Здано до друку 30.05.2024.

Ум. друк. арк. 22,53.

Гарнітура Times New Roman.

Друк: НЛТУ України

вул. Ген. Чупринки, 134

mm@nltu.edu.ua