



АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Умань 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Збірник XXI Міжнародної науково-практичної конференції
„АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ”,
приурочений 50-річчю факультету економіки, підприємництва та
інформаційних технологій УНУ**

Умань 2026

Рекомендовано до друку вченою радою факультету економіки, підприємництва та інформаційних технологій Уманського національного університету, протокол № 5 від 24.04.2026 року

Редакційна колегія: О.О. Непочатенко – доктор економ. наук (головний редактор); Ю.А. Цимбалюк – кандидат економ. наук; Р.П. Мудрак – доктор економ. наук; М.І. Мальований – доктор економ. наук; Ю.О. Нестерчук – доктор економ. наук; Paweł Kaczmarczyk – PhD, the Dean of the Faculty of Social Sciences the Mazovian Academy in Plock, Poland; Vitalii Rybchak – PhD, Ignacy Mościcki University of Applied Sciences in Ciechanów, faculty of Engineering and Economics, department of Economics and Management, Poland Kamil Borowski – PhD, Ignacy Mościcki University of Applied Sciences in Ciechanów, faculty of Engineering and Economics, department of Economics and Management, Poland. Л.Ю. Мельник – доктор економ. наук; С.Ю. Соколюк – доктор економ. наук; О.Г. Пенькова – доктор економ. наук; А.А. Осіпова – кандидат економ. наук; О.Т. Прокопчук – доктор економ. наук; Р.І. Ліщук – кандидат технічних наук; Г.Ю. Аніщенко – кандидат економ. наук; О.В. Жарун – кандидат економ. наук; Ю.В. Улянич – кандидат економ. наук (технічний секретар).

Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку, яка не завжди збігається з позицією редакції.

A90 Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції, приуроченої 50-річчю факультету економіки, підприємництва та інформаційних технологій УНУ. 29 травня 2026 р. Умань : 2026. 484 с.

Збірник містить доповіді викладачів та вчених, які були розглянуті на XXI Міжнародній науково-практичній конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки», що відбулася 29 травня 2026 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються питання стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин. Розраховано на здобувачів освіти всіх освітніх рівнів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

<i>Полишвайко С.С.</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ ДОСВІДУ ІЗРАЇЛЮ	109
<i>Пономаренко О.В., Сінчук Я.М.</i> РОЛЬ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ПОРТФЕЛЯХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	112
<i>Попель С.А.</i> ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	114
<i>Прокопчук О.Т.</i> СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	117
<i>Пташник С.А.</i> ПРОЗОРІСТЬ І ПІДЗВІТНІСТЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРАКТИКИ	119
<i>Ролінський О.В., Власюк С.А., Чумак О.М.</i> ФІНАНСОВА ПРИВАБЛИВІСТЬ ОБЛІГАЦІЙ ВНУТРІШНЬОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЗИКИ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	121
<i>Савчук І.І.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	123
<i>Синчак В.П., Мельник Я.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПОДАТКОВИХ ПЕРЕВІРОК В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	125
<i>Слатвінський М.А.</i> ФОРСАЙТ ТА СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	128
<i>Ткачук Н.М., Сокальський А.О.</i> КРЕДИТНА АКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	131
<i>Ткачук Н.М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ ЯК СУЧАСНОЇ ФОРМИ ЗАГАЛЬНОГО ЕКВІВАЛЕНТА	134
<i>Фіщенко М.В.</i> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ	138
<i>Фунікова Я.А.</i> МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	140
<i>Хомин І.В.</i> ЕЛЕКТРОННІ СЕРВІСИ ДПС УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СПРОЩЕННЯ ПОДАТКОВОГО АДМІНІСТРУВАННЯ	142
<i>Худолій А.О., Муравський О.А.</i> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	144
<i>Цистанов В.В.</i> СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	146
<i>Чвертко Л.А.</i> ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ЗБУТУ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ	149
<i>Щербатюк О.П.</i> РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	151
<i>Ясінський О.Р.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕГУЛЮВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ	153
<i>Синчак В.П., Мельник Я.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПОДАТКОВИХ ПЕРЕВІРОК В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	156
<i>Улянич Ю.В., Рибчак В.І.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	158
<i>Аврамчук Л.А.</i> ОЦІНКА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК» ЗА ЯКІСТЮ АКТИВІВ	161
<i>Бережний О.О., Костюк В.А., Худолій Л.М.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ	163
<i>Битюцький Ю.А., Костюк В.А.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	166
<i>Гайдей В. П.</i> ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В АГРОБІЗНЕСІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	168
<i>Файчук О.В., Ющенко М.О.</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ESG-РИЗИКАМИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ	169
<i>Худолій А.О., Муравський О.А.</i> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	172
СЕКЦІЯ 2. РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Алескерова Ю.В.</i> РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЛІДЕРСЬКИХ ПОЗИЦІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	174
<i>Бевзюк Ю.О., Забурмежа Є.М.</i> ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЗАСІБ РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	177
<i>Бортник Т.І.</i> СЕГМЕНТАЦІЯ КЛІЄНТІВ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДИСТРИБ'ЮТОРІВ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ ТА ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН	179

<i>Бутко Н.В., Кривошия С.А.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	182
<i>Гарматюк О.В.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, АДАПТАЦІЯ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ	184
<i>Забурмеа Є.М.</i> ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ В E-COMMERCE	187
<i>Збиранник О.М.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КУПІВЕЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	190
<i>Лада А.О.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	193
<i>Мазур В.Г., Ярова Ю.М.</i> МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА У СИСТЕМІ МОНІТОРИНГУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ	195
<i>Непочатенко В. О.</i> ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	198
<i>Нестерчук Н.В.</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	200
<i>Пачева Н.О.</i> СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МОТИВАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	202
<i>Пенькова О.Г.</i> НАПРЯМИ КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДИСТРИБ'ЮТОРІВ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРІВ ТА ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН В УКРАЇНІ	204
<i>Полонський Д.С.</i> СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА	208
<i>Разумова Г.В., Миронова М.Д.</i> МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ	211
<i>Рудковська А.Т.</i> ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ	213
<i>Семенда О.В., Семенда Д.К.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЦІННОСТІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА	216
<i>Соловей О.В.</i> СТРУКТУРА ПРОПОЗИЦІЇ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА КАТЕГОРІЯМИ ВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	220
<i>Харенко А.О.</i> АДАПТАЦІЯ ТА СТРУКТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПИВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ	223
<i>Цимбалюк Ю.А.</i> МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ БРЕНДУ	226
СЕКЦІЯ 3. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	
<i>Bohdanov Ya.R.</i> DIGITAL TRANSFORMATION AS A DRIVER OF E-COMMERCE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS	229
<i>Грабек Я.А.</i> ДИНАМІКА БАЛАНСУ ЗЕРНА ТА НАСІННЯ (ПЛОДІВ) ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ	232
<i>Єфимова А.</i> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	234
<i>Качковенко Я.В.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	236
<i>Костюк Я.Ю.</i> ДЕРЖАВНА ДОПОМОГА СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В КОНТЕКСТІ ЇЇ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНЦІЮ	238
<i>Маковійчук О.В.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	241
<i>Максименко Д.В.</i> ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ У СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	244
<i>Макушок О.В.</i> ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	246
<i>Мудрак Р.П.</i> ДИНАМІКА ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ	247
<i>Намазалиєва Л.Т.</i> МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ПОКОЛІННЯ Z У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	250
<i>Осіпова А.А.</i> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЕКОНОМІСТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	253
<i>Пилявець В.М.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПУБЛІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПРАКТИКА	255
<i>Прокопенко А.В.</i> ІНВЕСТИЦІЇ В НАСЕЛЕННЯ ЯК ОСНОВА ДОВГОСТРОКОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	258
<i>Ревуцька А.О.</i> ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	261
<i>Романова А. Р.</i> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	263
<i>Руміна А.С.</i> БЕЗРОБІТТЯ ЯК КЛЮЧОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА РИНКУ ПРАЦІ	266

маркетинг. Їх комплексне використання дозволяє підприємствам підвищувати впізнаваність бренду, залучати нових клієнтів та формувати довгострокову лояльність споживачів.

Цифровізація економіки суттєво трансформує підходи до маркетингового просування, формуючи нові можливості для використання штучного інтелекту, прогнозової аналітики, автоматизації комунікацій та персоналізованого маркетингу. У сучасних умовах цифровий маркетинг перетворюється із допоміжного інструменту реклами на стратегічний механізм управління розвитком онлайн-бізнесу.

Для українських інтернет-магазинів особливого значення набуває адаптація маркетингових стратегій до умов воєнної економіки, трансформації споживчого ринку та посилення ролі цифрових каналів торгівлі. Саме тому подальший розвиток маркетингового просування повинен базуватися на поєднанні цифрових технологій, аналітичного управління та гнучких моделей комунікації зі споживачами, здатних забезпечити стійкість і розвиток онлайн-бізнесу в умовах високої ринкової невизначеності.

Список використаних джерел

1. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2022. № 24. URL : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38298/1/Турчин.pdf>.

Семенда О.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри маркетингу

Семенда Д.К.

к.е.н., професор

професор кафедри підприємницьких та соціальних технологій

Уманський національний університет

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЦІННОСТІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій логістична галузь переживає трансформацію, яка безпосередньо впливає на рівень задоволеності споживачів. Цифрова трансформація у сфері транспорту та логістики передбачає комплексне впровадження цифрових інструментів для підвищення ефективності, видимості та гнучкості ланцюгів поставок, перетворюючи традиційні бізнес-процеси на інтелектуально-керовані системи [1]. Глобальні тенденції свідчать про масштабність цього процесу: нині 70% логістичних компаній активно інвестують у цифрову трансформацію [2], а вітчизняні підприємства додатково зіштовхуються зі специфічними викликами функціонування в умовах воєнного стану, що зумовлює необхідність прискореної адаптації логістичних операцій [3]. У цьому контексті цифровізація набуває не лише операційного, а й стратегічного значення, вона стає

інструментом виживання та конкурентоспроможності для українського бізнесу [4].

Цифрова трансформація логістики формує нову споживчу цінність через кілька взаємопов'язаних механізмів:

по-перше, вона забезпечує прозорість та видимість у режимі реального часу: завдяки GPS-моніторингу, системам управління транспортом (TMS) і телематичним рішенням клієнти отримують можливість відстежувати місцезнаходження вантажу на кожному етапі ланцюга поставок [5];

по-друге, застосування машинного навчання та прогнозової аналітики забезпечує швидший і якісніший сервіс, чіткий комунікаційний зв'язок і покращені можливості відстеження замовлень [2];

по-третє, завдяки спеціалізованому програмному забезпеченню для планування попиту підвищується адаптивність реагування на потреби споживачів у режимі реального часу [6].

Ключовим драйвером підвищення споживчої цінності в логістиці стає штучний інтелект (ШІ). За прогнозами аналітиків, ринок ШІ в логістиці зросте з 17,9 млрд дол. США у 2024 р. до 707,7 млрд дол. США до 2034 р., що відображає середньорічний темп зростання близько 44,4% [7]. Системи на основі ШІ виконують прогнозування попиту, динамічну оптимізацію маршрутів та інтелектуальне управління запасами, суттєво скорочуючи терміни доставки та підвищуючи надійність виконання замовлень. Зокрема, ефективна логістизація бізнес-процесів на базі цифрових технологій дозволяє знижувати операційні витрати на 15-25%, покращувати рівень обслуговування клієнтів на 20-30% та підвищувати швидкість доставки на 35-40% [8]. Цифрова трансформація охоплює не лише внутрішні операції компаній: ERP-системи, хмарні платформи та цифрові маркетплейси стають ключовими інструментами управління каналами розподілу в масштабах глобальної економіки [9].

Зростання ринку електронної комерції є ще одним потужним каталізатором цифрової трансформації логістики. Доходи від e-commerce зростають на 15% щорічно, а обсяг ринку, за прогнозами, досягне 954,5 млрд дол. США до 2029 р. [7]. Це зумовлює стрімкий розвиток логістики «останньої милі», де доставка впродовж того самого або наступного дня перетворюється на стандартне очікування споживачів, а фулфілмент-логістика набуває ключового стратегічного значення для успішної комерційної діяльності підприємств [10]. Трансформація маркетингових стратегій і поведінки споживачів в умовах кризових явищ додатково посилила роль цифрових каналів та мобільних платформ [11], а омніканальні підходи до управління логістикою набули стратегічного значення для утримання клієнтів і підвищення їхньої лояльності.

Серед інших проривних технологій, що формують нову споживчу цінність у логістиці, особливо важливими є: IoT (Інтернет речей) - 55% логістичних компаній використовують від 1 до 10 тис. пристроїв IoT для моніторингу стану вантажів у реальному часі [2]; блокчейн - забезпечує прозорість ланцюга поставок, що до 2030 р. заощадить галузі до 31 млрд дол.; хмарні обчислення - визнані найефективнішою технологією для цифрової трансформації 40% судноплавних та логістичних компаній [12]; телематика - як свідчить досвід

FedEx, застосування GPS, датчиків та спеціалізованого ПЗ оптимізує маршрути доставки, знижує витрати на паливо і суттєво підвищує рівень клієнтського сервісу [13].

Попри значний потенціал, цифрова трансформація логістики стикається з суттєвими бар'єрами. Ключові виклики цифровізації логістики у зовнішньоекономічній діяльності: необхідність значних інвестицій в модернізацію інфраструктури, забезпечення кібербезпеки та уніфікацію стандартів обміну даними [14]. В українських реаліях до цього додаються специфічні бар'єри: непрогнозовані ризики, пов'язані зі зміною кліматичних умов і воєнними діями, відсутність єдиного реєстру транспортних засобів, зростання транспортних витрат та фінансові труднощі. Цифрова трансформація є ключовим чинником стійкості та конкурентоспроможності підприємств у кризових умовах, оскільки сприяє децентралізації критичних функцій, зниженню залежності від фізичної інфраструктури та забезпеченню безперервності операційної діяльності. Серед організаційних бар'єрів слід виділити: стійкість персоналу до змін (15%); брак цифрових навичок - майже 40% проблем із впровадженням обумовлені недостатньою кваліфікацією; складність інтеграції нових рішень із застарілими системами; проблеми управління даними та кібербезпеки; високі витрати на впровадження - понад 68% вантажовідправників і 80% постачальників називають вартість найбільшою перешкодою [15]. Для вирішення зазначених проблем необхідно адаптувати національне законодавство до міжнародних стандартів та вдосконалювати транспортну інфраструктуру відповідно до вимог ЄС.

Варто зазначити, що цифрова трансформація є визначальним чинником підвищення конкурентоспроможності не лише для логістичних операторів, але й для підприємств суміжних галузей, зокрема аграрного сектору, де оцифрування ланцюгів поставок та логістичних процесів безпосередньо впливає на ринкові позиції виробників [16]. Водночас цифрова трансформація логістики як «економічний імператив» розвитку міжнародних ринків, відіграє системоутворювальну роль у формуванні нової архітектури глобальної торгівлі [17].

Таким чином, цифрова трансформація логістики є потужним і незворотним чинником підвищення споживчої цінності, що забезпечує прозорість, швидкість, надійність і персоналізацію послуг. Для подолання стратегічних викликів компаніям необхідно: сформулювати чітке бачення цифрової трансформації та забезпечити підтримку керівництва; інвестувати в масштабовані технології - ШІ, IoT, блокчейн, телематику, хмарні рішення; розвивати цифрові компетенції персоналу; налагоджувати надійне управління даними та кібербезпекою. Підприємства, що ефективно управлятимуть цією трансформацією, формуватимуть стійкі конкурентні переваги та забезпечать вищу цінність для споживача на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Sardarabady N. J., Durst S. A systematic literature review on the economic impact of digitalization technologies in transport logistics. *Transport Economics and Management*. 2024. Vol. 2. P. 76-89. <https://doi.org/10.1016/j.team.2024.04.001>

2. Digital Transformation in Logistics: Change Management Guide. *Prosci*. 2025. URL: <https://www.prosci.com/blog/digital-transformation-in-logistics>.
3. Semenda O., Shevchenko V., Purhani S., Kharit O., Krasnostanova N. Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2023. Vol. 19. P. 558-570. DOI: <https://doi.org/10.37394/232015.2023.19.54>.
4. Поліщук Ю. Роль цифрової трансформації підприємств у протидії дестабілізаційним викликам в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-4>.
5. Ширяєв О. Цифрові технології в логістиці та як вони економлять ресурси. *ABM Cloud*. 2026. URL: <https://abmcloud.com/uk/tsyfrovizatsiya-u-lohistrytsi/>.
6. Семенда О. В., Корман І. І., Макушок О. В. Синергія маркетингового та логістичного управління у розвитку бренду та каналів розподілу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2025. №18. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-04-07>.
7. 25 Logistics Statistics & Industry Insights in 2025. *Clickpost*. 2025. URL: <https://www.clickpost.ai/blog/logistics-statistics-and-insights>
8. Котвицька Н. М., Захарченко А. А. Логістизація бізнес-процесів як чинник формування та зміцнення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №15. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17155849>.
9. Корман І. І., Семенда О. В., Мазур Ю. Вплив цифрових технологій на управління каналами розподілу та логістику в умовах глобальної економіки. *Економіка та суспільство*. 2025. №71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-51>.
10. Семенда О. В. Фулфілмент-логістика в маркетингу: стратегії успішної комерційної діяльності підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2026. № 1(84). С. 109-116. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-17>.
11. Семенда О. В. Трансформація маркетингових стратегій та поведінки споживачів в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-51>.
12. Cawley C. Logistics Statistics 2026: Industry Numbers You Need to Know. *Tech.co*. 2025. URL: <https://tech.co/logistics/logistics-statistics-numbers-to-know>.
13. Марінов Є., Лісений Є. Цифрова трансформація в логістиці. *Економіка та суспільство*. 2024. №66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-53>.
14. Марценюк В. В., Марценюк М. В. Цифрова трансформація логістики у зовнішньоекономічній діяльності: виклики та перспективи. *Підприємництво та інновації*. 2025. № 34. С. 246-249. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/34.39>.
15. Best Practices in Change Management - 12th Edition Executive Summary. *Prosci*. URL: <https://empower.prosci.com/best-practices-change-management-executive-summary>.
16. Палій М., Канцедаль Н. Цифрова трансформація як чинник підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств України. *Acta Academiae*

17. Панасюк В. М. Цифрова трансформація логістики як економічний імператив розвитку міжнародних ринків. *Ефективна економіка*. 2026. №2. DOI:
<https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.2.7>.

Соловей О.В.

Черкаський національний університет
 ім. Богдана Хмельницького
 Науковий керівник – д.е.н., професор
 Яценко В.М.

СТРУКТУРА ПРОПОЗИЦІЇ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА КАТЕГОРІЯМИ ВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Структурний розподіл за групами виробників у тваринництві виявляє поступове посилення ролі підприємств, подібне до спостережуваного в рослинництві, але з меншою амплітудою та на фоні абсолютного скорочення (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка та структура валової продукції тваринництва України (у порівнянних цінах 2021 р.) у розрізі груп виробників за 2010–2025 рр.*

Рік	Валову продукцію тваринництва вироблено				
	Господарствами усіх категорій, млрд. грн.	Підприємствами		Господарствами населення	
		млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
2010	249,422	100,109	40,14	149,313	59,86
2011	248,292	104,272	42,00	144,019	58,00
2012	260,713	112,888	43,30	147,825	56,70
2013	270,545	122,389	45,24	148,157	54,76
2014	269,079	126,456	47,00	142,623	53,00
2015	259,464	122,053	47,04	137,411	52,96
2016	252,296	118,862	47,11	133,433	52,89
2017	252,986	120,085	47,47	132,901	52,53
2018	255,907	125,453	49,02	130,454	50,98
2019	256,199	130,152	50,80	126,047	49,20
2020	250,161	129,512	51,77	120,648	48,23
2021	237,991	126,657	53,22	111,335	46,78
2022	209,948	116,517	55,50	93,431	44,50
2023	210,833	122,292	58,00	88,542	42,00
2024	211,365	128,651	60,87	82,714	39,13
2025	202,533	127,259	62,83	75,273	37,17
Зміни у 2025, порівняно з 2010 р. (+/-)	-46,890	+27,150	+22,70	-74,040	-22,70

*Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними [1, 2]