

2023

# ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Матеріали Всеукраїнської науково-  
практичної конференції*

01 лютого 2023 року

Житомир  
Поліський національний університет



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІНСТИТУТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НААН  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім.  
Ю.ФЕДЬКОВИЧА**

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРЕНАРНОЇ  
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЇ ім. С.З. ГЖИЦЬКОГО**

**Всеукраїнська науково-практична конференція  
«Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів»**

*01 лютого 2023 року*

Житомир – 2023

*Рецензенти:*

**Гринько Тетяна** – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

**Бавико Олександр** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка».

**Е40** Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів : матеріали збірника Всеукраїнської науково-практичної конференції, 01 лютого 2023 р. Житомир : Поліський національний університет, 2023. 455 с.

До збірника ввійшли матеріали доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів», присвячених розв'язанню актуальних проблем економіки, інноваційно-інвестиційних інструментів стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів, нових викликів та можливостей України у глобальній економіці, стратегічних орієнтирів забезпечення бізнесу, розвитку торгівельної та біржової діяльності, туризму, маркетингу, логістики.

Відповідальність за зміст поданих матеріалів, точність наведених даних та відповідність принципам академічної доброчесності несуть автори.

Передрук, тиражування, розповсюдження інформації без письмового дозволу Поліського національного університету забороняється.

© Поліський національний університет, 2023.

*Корінь М.В., Сватовська А. В.*

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ПІД ВПЛИВОМ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ 427**

*Присяжнюк О. Ф., Котвіцька Н. О.*

**УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМОЮ НА РІВНІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА 430**

*Сенишин О.С.*

**СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ 434**

*Ситенький А.С., Дашко І.М.*

**ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 439**

*Штефан Н.М., Гарачук С.М.*

**ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ЛОГІСТИКУ УКРАЇНИ 441**

**Секція 9. Фінансові рішення для ведення бізнесу та облік господарської діяльності**

*Гайдучок Т. С.*

**ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ БІЗНЕСУ ДОХОДАМИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ 447**

*Савастєєва О.М., Продан Т. Я.*

**КРЕДИТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПРИВАТНОГО БІЗНЕСУ З БОКУ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУЦІЙ 451**

*Корінь Мирослава Василівна*

*д.е.н., доцент*

*Сватовська Аліна Василівна*

*студентка спеціальності 051 «Економіка»*

*Український державний університет залізничного транспорту*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ПІД ВПЛИВОМ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Одним із ключових трендів та факторів трансформації економічного середовища і модифікації поведінки споживачів на сьогоднішній день виступають процеси цифровізації. Широкомасштабне впровадження цифрових технологій породило цифрове суспільство, для якого притаманними стали якісно інші потреби та ціннісні орієнтири. Серед вчених-дослідників сформувалася думка, що цифрове суспільство – це суспільство, що, по-перше, орієнтується на знання, по-друге, переважає цифрова форма подання об'єктів та поширена віртуалізація виробництв, і, по-третє, характерними є інтеграція, конвергенція та мережева співпраця всіх учасників створення економічної цінності для споживачів. Для окремого споживача процеси цифрової трансформації стали ключовим інструментом зміни його профілю. Сьогодні споживач є людиною цифровою, для якої технології цифровізації та інтернет стали не лише інформаційними засобами, а й виступають інструментами зайнятості, комунікації та задоволення власних споживчих потреб за рахунок створення можливості для здійснення онлайн покупок.

На економічну поведінку споживачів значний вплив чинять і реалії сучасного ринку. Провідну роль у здійсненні споживчого вибору сьогодні відіграє саме споживач, його суб'єктивні вподобання, зростає й вплив покупців на процеси створення і розподілу продукції. Під впливом цього

відбувається становлення ери споживача, за якої механізм економічної поведінки споживача визначається рівень вподобань, потреб, бажань і можливостей останнього. На цьому фоні відбуваються радикальні зміни системи взаємозв'язків та обміну інформацією, створення користувачем власного віртуального споживчого середовища. Глобальна мережа інтернету надала широкий доступ споживачам до інформації про продукцію і її виробників, а відповідно й створила більше можливостей в підвищенні якості потреб, зумовивши цим самим зростання рівня вимог до їх задоволення. Знижується рівень цінності продукції та зростають альтернативні можливості і цілі в процесі здійснення споживчого вибору [1].

Для українського споживача цифрові технології стали не лише інструментом емоційного задоволення, а і засобом виживання у складних економічних умовах. Спочатку пандемія коронавірусу, що охопила весь світ, змусила всіх споживачів трансформувати як традиційні механізми здійснення покупок, так і систему власних вподобань. Змінилося сприйняття споживачем цін та цінності товарів, а відповідно і трансформувався вибір споживачів. Річке скорочення наявних доходів у зв'язку зі зростанням безробіття, скороченням робочих годин та збільшенням вартості життя через згорання економічних процесів в країні значно знизили рівень споживчої впевненості. До цього додався фактор воєнної агресії та розгортання воєнних дій на території України, який ще більше посилює рецесійні процеси в країні, зумовивши значне збідніння населення і відповідно викликавши його прагнення до суттєвої економії. У пошуках більш дешевих товарів та задля зменшення контакту з зовнішнім оточенням значна частина споживачів віддає перевагу онлайн-каналам здійснення покупок і все частіше експериментує з віддаленим доступом до товарів та послуг під час режиму обмежень.

Таким чином, цифрові технології якісно трансформували споживчі звички і відповідно економічну поведінку покупців, значно розширивши можливості для вибору більш ціннісної продукції.

**Список використаних джерел**

5. Проскуріна Н.В., Безтужева С.В., Козуб В.О. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. Економіка та суспільство. 2022. № 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1149>.

Наукове видання

**Економіка та підприємництво  
в умовах сучасних викликів**

Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(м. Житомир, 01 лютого 2023 р.)

Редактор: Скидан О.В.  
Технічна редакція: Коценко М.С., Кільницька О.С., Булуй О.Г.  
Комп'ютерна верстка: Коценко М.С., Кільницька О.С.  
Обкладинка: Коценко М.С.

За додатковою інформацією  
Звертатись за адресою:  
Поліський національний університет,  
бульвар Старий, 7, м. Житомир, 10008

Підписано до друку 23.02.2023  
Гарнітура Times New Roman.  
Формат 60\*84/17 Гарнітура Times New Roman  
Ум. друк.арк. 17,72

Поліський національний університет,  
10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7  
Свідоцтво від 18.04.2009, серія ДК № 2830