

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Національна школа публічного адміністрування (Канада)
Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)
Балтійська міжнародна академія (Латвія)
Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)
Покров Чехінвест s.r.o. (Чеська Республіка)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)
Державний торговельно-економічний Університет (Україна)
Сумський державний університет (Україна)
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)
Ужгородський національний університет (Україна)
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)
Державна установа «Інститут демографії та проблем якості життя
Національної академії наук України» (Україна)
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна)
Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Співка аудиторів України» (Україна)
Торгово-промислова палата України (Україна)



ЗБІРНИК

III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

05 червня 2025 року

ПОЛТАВА

**Ministry of Education and Science of Ukraine
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law
(Ukraine)
National School of Public Administration (Canada)
Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Bulgaria)
Ghent University (Belgium)
Baltic International Academy (Latvia)
The International Research Education & Training Center (Estonia)
Pokrov Czechinvest s.r.o. (Czech Republic)
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
(Ukraine)
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)
State University Of Trade And Economics
Sumy State University (Ukraine)
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky (Ukraine)
Uzhhorod National University (Ukraine)
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Public Institution «Institute for Demography and Quality of Life of the National
Academy of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Association for Management Development and Business Education
(Ukraine)
Poltava Territorial Branch of the All-Ukrainian Professional NGO «Union of Auditors
of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (Ukraine)**

COLLECTION

III International Scientific and Practical Internet Conference

«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»

June 05, 2025



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Poltava

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

Редакційна колегія:

Онищенко С.В., д.е.н., професор;
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;
Глебова А.О., к.е.н., доцент;
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;
Гришко В.В., д.е.н., професор;
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;
Свистун Л.А., к.е.н., доцент;
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент;
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор.

Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій : матеріали
С 76 III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 05 червня 2025 р. – Полтава :
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції.

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

ISBN 978-966-616-186-7

© Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

актуальності: здатність до оперативного відновлення управлінських функцій, налагодження логістичних та соціальних зв'язків, координація з центральними органами влади в екстремальних обставинах є критичними для збереження життєздатності громад.

З огляду на це, доцільним є розвиток міжінституційної мережі підтримки, яка базується на потенціалі регіональних університетів, агенцій регіонального розвитку, органів місцевого самоврядування та громадських організацій. Такі структури здатні виконувати функцію аналітичного супроводу, підвищення кваліфікації управлінського персоналу, розробки місцевих стратегій і впровадження інструментів фінансової стійкості громад. Вони можуть стати не лише каталізатором інституційного зростання, а й основою для формування нової культури відповідального самоврядування, що знижує залежність від зовнішнього фінансування та формує сталу основу для розвитку локальних економік.

Список використаних джерел

1. Пронько Л. М., Колесник Т. В., Гуцол М. В. Вплив децентралізації на ефективність управління в об'єднаних територіальних громадах України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. С. 137–143. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-62>
2. Бичков С. В., Сорока В. А. Інституціональне забезпечення фінансування розвитку територіальних громад в умовах кризи. *Economic Synergy*. 2024. Вип. 1(11). С. 136–153.

УДК 004.8:658.8:338.3(477)

Івасенко О.А., к.е.н, доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

ШІ В МАРКЕТИНГУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ У СФЕРІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У сучасному цифровому середовищі маркетинг стає не лише інструментом зростання бізнесу, а й засобом формування соціально та екологічно відповідального споживчого середовища. У зв'язку з глобальними викликами стало розвиток набуває пріоритетного значення, а штучний інтелект (ШІ) стає ключовим технологічним драйвером комунікаційних стратегій.

Застосування ШІ дозволяє оптимізувати медіапланування, персоналізувати повідомлення та активно просувати цінності сталого розвитку. Алгоритми машинного навчання допомагають брендам ефективніше доносити ідеї еко-відповідальності та етичного споживання. Це особливо важливо для України в умовах євроінтеграції, де очікується адаптація до міжнародних стандартів еко-маркетингу та цифрової прозорості. Застосування ШІ в маркетингу відкриває нові можливості для просування цінностей сталого розвитку. Основні аспекти:

Персоналізація повідомлень — алгоритми аналізують дані споживачів, формуючи комунікації, зорієнтовані на еко-відповідальність і соціальну справедливість.

Оптимізація медіапланування — машинне навчання підвищує ефективність взаємодії з аудиторією через точний вибір каналів, часу та формату реклами.

Аналіз тональності — NLP допомагає відстежувати реакції аудиторії та оцінювати соціальний вплив кампаній у реальному часі.

Автоматизація контенту — генерація текстів і зображень за допомогою ШІ дозволяє масштабувати комунікацію без великих трудових витрат.

Прозорість — технології допомагають верифікувати екологічні заявки брендів, протидіючи «гринвошингу».

Ці напрями перетворюють ШІ з технічного інструменту на стратегічний ресурс для формування свідомого споживача й розвитку еко-культури. Зростання уваги до сталого

розвитку стимулює бізнес впроваджувати інноваційні підходи в комунікаціях, зокрема за допомогою штучного інтелекту. Нижче наведено кілька показових прикладів:

Patagonia використовує алгоритми машинного навчання для аналізу даних про екологічно свідомих клієнтів, формуючи персоналізовані кампанії, що закликають до ремонту одягу та покупки товарів з вторинних матеріалів.

Unilever застосовує AI-системи для оптимізації медіапланування, зосередившись на просуванні еко-брендів, таких як Love Beauty and Planet, та скоротивши витрати на менш ефективні канали.

Google враховує екологічні фактори у ШІ-алгоритмах ранжування, стимулюючи бізнес до прозорості в сферах туризму та харчування.

В Україні проект Green City Lab експериментує з AI-чат-ботами для популяризації екологічного містобудування та раціонального використання ресурсів.

Ці приклади демонструють, що штучний інтелект не лише підвищує ефективність маркетингу, а й має потенціал стимулювати зміни в сторону більш відповідального споживання.

Незважаючи на значний потенціал штучного інтелекту в підвищенні ефективності комунікацій у сфері сталого розвитку, в Україні зустрічається низка суттєвих бар'єрів для масштабного впровадження таких технологій:

1. Недостатність якісних даних. Багато українських компаній, особливо в еко-сфері, не мають достатньо структурованих даних для ефективної роботи ШІ.

2. Низька цифрова грамотність. Серед бізнесу та споживачів поширений дефіцит знань про ШІ, що ускладнює його прийняття в маркетингу сталого розвитку.

3. Відсутність регуляторної бази. Відсутні правила використання ШІ в рекламі, що загрожує порушенням приватності, маніпуляціями або «гринвошингом».

4. Нестача інвестицій. МСП, які могли б просувати еко-ідеї через digital-канали, не мають коштів на впровадження навіть базових ШІ-інструментів.

5. Соціальні бар'єри. У суспільстві ще слабо розвинена культура сталого споживання, що ускладнює досягнення цільової аудиторії через ШІ.

Таким чином, хоча технології ШІ мають величезний потенціал для популяризації принципів сталого розвитку, їхнє впровадження в Україні потребує комплексного підходу: від розвитку цифрової інфраструктури до формування еко-культури та правової бази.

Аналіз сучасних тенденцій у використанні штучного інтелекту в маркетингових комунікаціях показує, що ШІ є потужним інструментом для підвищення ефективності стратегій сталого розвитку. Він дозволяє персоналізувати повідомлення, оптимізувати медіапланування, аналізувати соціальний вплив кампаній та забезпечувати більшу прозорість у взаємодії брендів з аудиторією.

На підставі проведеного дослідження запропоновано:

Для бізнесу: інвестувати в освіту команд щодо можливостей ШІ в еко-маркетингу, залучати спеціалістів з data science для аналізу екологічних вподобань споживачів, впроваджувати AI-інструменти поетапно, починаючи з доступних рішень (наприклад, чат-боти, автоматизоване таргетування).

Для держави: розробити національну стратегію цифрової трансформації з акцентом на сталому розвитку, сприяти створенню регуляторного поля для відповідального використання ШІ в рекламі, підтримувати проекти, які об'єднують digital-інновації та еко-ініціативи через грантові програми.

Для системи освіти: увести курси з етичного та еко-орієнтованого застосування ШІ в маркетингу; посилити практичну підготовку студентів у сфері digital-комунікацій сталого розвитку.

Штучний інтелект стає важливим інструментом для підвищення ефективності комунікаційних стратегій у сфері сталого розвитку. Його застосування дозволяє не лише оптимізувати маркетингові процеси, але й активно формувати свідоме споживче середовище через персоналізацію повідомлень, автоматизацію контенту, аналіз соціального впливу та забезпечення прозорості брендів.

Світовий досвід демонструє, що технології ШІ мають потенціал стимулювати зміни в бік еко-відповідального споживання, проте в Україні їхнє впровадження стикається з рядом бар'єрів: обмежений доступ до якісних даних, недостатній рівень цифрової грамотності, відсутність правового регулювання та низький рівень еко-свідомості серед населення. Для успішного використання ШІ в маркетингу сталого розвитку необхідна комплексна взаємодія між бізнесом, державою та освітою. Важливо розвивати цифрову інфраструктуру, підтримувати інноваційні проекти, посилювати практичну підготовку фахівців та формувати культуру сталого споживання. Таким чином, штучний інтелект має потенціал стати стратегічним ресурсом не лише для підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу, а й для реального внеску в розвиток «зеленої» економіки та інтеграцію України в європейський простір.

Список використаних джерел:

1. Струнгар, А. (2024). Вплив штучного інтелекту на стратегії цифрового маркетингу: поточні можливості та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*, (62). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-160>
2. Білик І. І., Гелей Ю.-О. І., Боліщук Р. А. Як штучний інтелект змінює digital-маркетинг у 2025 році. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. Vol. 2, № 1, 2025. с. 91-95.

УДК 330.131.7

Кобець С.П., к.е.н., доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

ЕКОНОМІЧНИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Сталий розвиток територій є стратегічним пріоритетом сучасної державної регіональної політики. У цьому контексті зростає потреба у системному зборі, обробці та аналізі економічної інформації. Економічний моніторинг — це не просто спостереження, а комплексний інструмент управління, що дає змогу оперативно реагувати на виклики та формувати ефективну місцеву політику.

Під економічним моніторингом розуміється система безперервного спостереження за ключовими показниками економічної діяльності, що дозволяє оцінити поточний стан і прогнозувати майбутні зміни [1]. Його головна мета — виявлення негативних тенденцій на ранній стадії, підвищення обґрунтованості управлінських рішень.

До основних функцій моніторингу належать аналітична (оцінка динаміки розвитку), інформаційна (накопичення і систематизація даних), прогностична (моделювання сценаріїв розвитку), а також контрольна (виявлення відхилень від цілей).

Сталий розвиток передбачає збалансування економічних, соціальних та екологічних факторів. Економічний моніторинг дозволяє відстежувати економічну безпеку громади, забезпечувати ресурсну збалансованість при плануванні, формувати індикатори соціального добробуту та гарантувати прозорість управлінських рішень. Зокрема, в умовах децентралізації в Україні територіальні громади отримали більшу відповідальність за власний розвиток, і економічний моніторинг стає дієвим механізмом контролю за ефективністю використання ресурсів.

Для ефективного впровадження системи економічного моніторингу доцільно формувати локальні інформаційно-аналітичні центри, застосовувати цифрові інструменти та GIS-системи, забезпечувати інституційну співпрацю між громадою, бізнесом і громадськістю, а також впроваджувати індикативне планування з публічним звітуванням. Особливу роль відіграє індекс сталого розвитку території, який може включати інтегровані показники економічного зростання, якості життя, стану довкілля.