

KLAIPEDA UNIVERSITY

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

**ECONOMIC TRANSFORMATION
IN THE CONTEXT OF GLOBAL CHALLENGES:
CURRENT ISSUES**

February 7-8, 2025

Proceedings of the Conference



UDK 33(08)

Ec800

Organising Committee

Rimantas Stašis	Professor, Dr. of Economics, Head of Management Department, Klaipeda University, Lithuania.
Algirdas Giedraitis	Associate Prof., Dr. of Economics, Professor of Management Department, Klaipeda University, Lithuania.
Jan Žukovskis	Associate Prof., Dr. of Economics, Head of Business and Rural Development Management Institute, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, Lithuania.
Lina Pileliene	Professor, Dr. of Economics, Vytautas Magnus University, Kaunas, Lithuania.
Yuliya Bogoyavlenska	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine.
Kostiantyn Shaposhnykov	Professor, Dr. of Economics, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Head of the Research and Certification of Scientific Personnel Department, SSI “Institute of Education Context Modernization”, Ukraine.
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.
Oleh Holovko	PhD, Head of the Black Sea Scientific Research Institute of Economics and Innovation, Ukraine.

International Scientific Conference **Economic Transformation in the Context of Global Challenges: Current Issues** : Conference Proceedings (February 7-8, 2025. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 232 pages.

ISBN: 978-9934-26-529-7

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-529-7>

© Izdevniecība “Baltija Publishing”, 2025

© Klaipeda University, 2025

© Authors of the articles, 2025

Contents

ECONOMY

Danylo Bahorka

ONTOLOGICAL PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION
OF THE INNOVATION PROCESS IN THE NATIONAL ECONOMY 1

Oleksandr Bildiukevych

STIMULATION AS A PERSONNEL MANAGEMENT TOOL
AT AIRCRAFT MAINTENANCE ENTERPRISES..... 4

Nataliia Bobro

USE OF DIGITAL AVATARS IN THE LEARNING PROCESS
AS A FACTOR OF ECONOMIC EFFICIENCY 7

Olena Bogomaz

SYSTEM OF INDICATORS
FOR ASSESSING SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS
IN THE TERMS OF GLOBAL CHALLENGES..... 11

Olha Bohutska

THE IMPACT OF ARMED CONFLICT ON THE DEVELOPMENT
OF HUMAN RESOURCES IN ENTERPRISES:
IDENTIFICATION OF EXTERNAL CHALLENGES..... 14

Maria Vakulich

PARADIGM OF THE FORMATION SYSTEM
OF MANAGEMENT OF THE INVESTMENT CLIMATE
FROM UKRAINIAN ECONOMY
IN THE CONDITIONS OF FULL-SCALE MILITARY INVASION 18

Mykola Vasylenko

FINANCIAL INCLUSION AND NEW OPPORTUNITIES
FOR BUSINESS IN THE ERA OF DIGITAL FINANCE 21

Anton Hrianyk

ILLEGAL DISTRIBUTION OF SOFTWARE
IN THE DIGITAL ECONOMY 24

Vitalii Dzhenukov

BIG DATA ANALYTICS APPLICATION
FOR DECISION-MAKING OPTIMIZATION
IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT 27

Andrii Diakiv

MULTISECTORAL APPLICATION
OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN THE GLOBAL ECONOMY 30

Valeriia Kornivska DIGITALIZATION OF FINANCE AND HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT	33
Olena Kostiuunik, Maria Nakonechna PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE: CHALLENGES AND SOLUTIONS	36
Kateryna Kraus IN-DEPTH DIGITIZATION OF ECONOMIC RELATIONS AND THE ONLINE SERVICES MARKET IN VIRTUALIZATION CONDITIONS	40
Anastasiia Liezina PROPERTIES OF METHODS OF PRACTICAL HARMONIZATION OF THE METHODOLOGY OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES	44
Volodymyr Mishchenko SUPPORTING INDUSTRIAL-DIGITAL DEVELOPMENT BASED ON THE EXPANSION OF E-COMMERCE	47
Dmytro Polietaiev ECONOMIC ASPECTS OF PRODUCT LIFE CYCLE ANALYSIS IN SHIPBUILDING ENTERPRISES	51
Iryna Popovychenko, Andrii Andriichuk APPROACHES TO MANAGING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES’ OPERATIONAL ACTIVITIES: INTERNATIONAL EXPERIENCE IN THE CONTEXT OF UKRAINE’S CURRENT CHALLENGES	54
Svitlana Svirko, Oleksiy Sydorenko ECONOMIC MECHANISM: CONCEPTUAL DISCOURSE.....	58
Oleksandr Siruk DETERMINANTS OF COMPETITIVENESS OF BUSINESS ENTITIES IN THE FIELD OF TRADE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE UKRAINIAN ECONOMY	62
Liudmyla Shatalova DEMOGRAPHIC UPHEAVALS AS A RESULT OF HOSTILITIES IN UKRAINE	66
HOTEL, CATERING BUSINESS AND TOURISM	
Iryna Herman METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE RESEARCH OF MOTIVATION AND STIMULATION OF HOTEL STAFF	69

Nadiia Melnyk, Andrii Melnyk, Roman Kacharovskiy INTERNATIONAL RESTAURANT CHAINS AS A DESCRIPTOR OF THE RESTAURANT INDUSTRY MARKET IN IVANO-FRANKIVSK REGION.....	73
Oksana Morhulets SPIRITUAL TOURISM AS A CATALYST FOR CULTURAL REVIVAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN UKRAINE	77
Svitlana Moroz, Olena Kalashnyk CULTURE AND ETHICS OF FOOD: AN INTERDISCIPLINARY APPROACH TO THE STUDY OF GASTRONOMIC PRACTICES	81
Ulyana Khanas, Mariana Popyk DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM: CONCEPTUAL AND THEORETICAL ASPECTS.....	85
FINANCE, BANKING AND INSURANCE	
Volodymyr Bodakovskyy PROGRESS OF FINANCIAL SCIENCE: THE STRUGGLE FOR RESEARCH AREAS AND TOOLS.....	90
Zakharrii Varnalii, Borys Zhelnov ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A TOOL FOR INCREASING THE TRANSPARENCY AND EFFICIENCY OF UKRAINE’S BUDGET SECURITY.....	94
Tetiana Horvat, Yevhen Mytrovka MANAGED FLEXIBILITY OF THE EXCHANGE RATE: ECONOMIC EFFECTS AND ORIENTATIONS	99
Yurii Montyka CLASSIFICATION OF FINANCIAL FLOWS IN THE FIELD OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES	103
Andrii Mukan OPTIMIZING THE TAX BURDEN OF TNCS BY IMPROVING THE TRANSFER POLICY OF TNCS.....	107
Yuriy Prozorov, Tetiana Koliada SPECIFICS OF THE INTERACTION OF REAL AND VIRTUAL ECONOMIC PROCESSES AT THE TRANSITION OF LOCAL COMMUNITIES TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN METAVERSE	111

Nataliia Rudyk PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN UKRAINE	115
Ievgen Tishchenko USING MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES TO ENSURE INCLUSIVE FINANCING.....	119
Alevtyna Tretiakova TRANSFORMATION OF THE ECONOMY AMID GLOBAL CHALLENGES: CURRENT ISSUES.....	123
Edina Shebeshten ANALYSIS OF CRITICAL APPROACHES TO ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF THE NBU’S MONETARY POLICY AT THE CURRENT STAGE.....	128
MANAGEMENT	
Anastasiia Bogachuk, Iryna Azarova YOUTH STARTUP HUB: NEW OPPORTUNITIES FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	132
Oleksandr Hridin MANAGEMENT ASPECTS OF WORLDWIDE INNOVATIVE CONCEPTS AND PRACTICES OF INCREASING LABOR PRODUCTIVITY	136
Olena Dragan TALENT EFFICIENCY IN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES IN UNSTABLE CONDITIONS.....	140
Oleh Duhin, Halyna Luchko FROM SCIENTIFIC MANAGEMENT TO PARADOXICAL THINKING: A HISTORICAL EVOLUTION OF MANAGEMENT PARADIGMS.....	143
Mykola Myronenko, Svitlana Polyakova RESULTS OF THE WORK OF THE SCIENTIFIC RESEARCH INSTITUTE IN UKRAINE IN THE FIRST HALF OF 2024	147
Oksana Stepanenko ECONOMIC RESILIENCE OF BUSINESS: ADAPTING TO ENVIRONMENTAL AND SOCIAL CHALLENGES	151
Viktoriia Khaustova, Nataliia Trushkina CONCEPTUAL PRINCIPLES OF ENSURING THE COUNTRY’S NATIONAL SECURITY.....	155

Ivan Cherniavskiy MULTILEVEL DIFFERENTIATION OF INTELLECTUAL CAPITAL DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY	159
---	-----

MARKETING

Ilona Babukh, Petro Nikiforov SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONAL ECONOMIES: STRATEGIC PRIORITIES.....	161
--	-----

Mariia Bahorka, Vitalii Baibuza MARKETING STRATEGIES AND THEIR IMPLEMENTATION BY AGRICULTURAL ENTERPRISES	164
--	-----

Yuliya Zintso, Maryna Fedoruk CONTENT MARKETING IN SOCIAL NETWORKS.....	167
---	-----

Anna Krymska IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON CONSUMER PREFERENCES IN THE MEDIUM-SIZED ENTERPRISE SECTOR.....	171
--	-----

Andrii Letnytskii TRANSFORMATION OF B2B MARKETING STRATEGIES IN ADDITIVE MANUFACTURING AMID MODERN ECONOMIC CHALLENGES.....	175
---	-----

Valeriia Pysarkova, Tatiana Mishustina ECOSYSTEM OF HUMAN RESOURCES: ASPECTS OF EMPLOYER BRAND FORMATION.....	178
--	-----

Viktoriia Stamat, Anastasiia Kotenchuk NEUROMARKETING: TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS.....	182
---	-----

Pavlo Fisunenko, Andrii Anferov MARKETING AND MARKETING TOOLS IN DEVELOPMENT	185
--	-----

Pavlo Fisunenko, Viktor Podriez EXPANDING MARKETING OPPORTUNITIES IN DEVELOPMENT THROUGH DIGITALISATION TOOLS	188
--	-----

Iryna Khmarska METHODOLOGICAL PRINCIPLES FOR ENSURING MARKETING MANAGEMENT OF A COMPANY	191
--	-----

Taia Chernyshova MARKETING ASPECTS OF OPEN INNOVATIONS IN THE SYSTEM OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	195
--	-----

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Alina Berher

INNOVATIVE STRATEGIES OF TRADING ENTERPRISES..... 198

Oleksandr Romanyshyn

DRY POWDER AS AN INTEGRAL PART

OF REAL ESTATE INVESTMENT FUNDS 202

Natalia Tubaltseva, Darina Brynza

PROBLEMS AND DISADVANTAGES

OF DIGITIZATION IN BUSINESS 206

PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

Oleksandr Saliuk-Kravchenko

THE CORPORATIZATION PROCESSES IMPACT

ON THE NUCLEAR ENERGY SECTOR

IN THE PUBLIC ADMINISTRATION ASPECT

OF THE POSTWAR ENERGY SYSTEM OF UKRAINE..... 209

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Ganna Duginets, Valerii Vins

CULTURAL DIPLOMACY IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR..... 213

Yurii Onopriienko

A COMPREHENSIVE APPROACH TO MODERNIZATION

OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE:

IMPLEMENTATION OF EU EXPERIENCE 216

Ishan Orujov

EVOLVING DYNAMICS OF GLOBALIZATION

IN THE 21ST CENTURY: TECHNOLOGICAL, CULTURAL

AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT 219

**Nadiia Melnyk, Candidate of Geographical Sciences, Docent,
Associate Professor at the Department of Hotel, Restaurant
and Resort Business**

*Vasily Stefanik Precarpathian National University
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

**Andrii Melnyk, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
at the Department of Tourism, Recreation and Regional Development**

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
Ivano-Frankivsk, Ukraine*

Roman Kacharovskiy, Master

*Lesya Ukrainka Volyn National University
Lutsk, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-529-7-22>

INTERNATIONAL RESTAURANT CHAINS AS A DESCRIPTOR OF THE RESTAURANT INDUSTRY MARKET IN IVANO-FRANKIVSK REGION

МІЖНАРОДНІ РЕСТОРАННІ МЕРЕЖІ ЯК ДЕСКРИПТОР РИНКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Міжнародні ресторанны мережі є важливими системоутворюючими елементами світової харчової індустрії, що активно розвивається завдяки інтеграції світової економіки, глобалізації споживчої культури та поширенню інноваційних підходів до обслуговування. Масштабність географічного охоплення, стандартизований підхід до якості, маркетингові стратегії стають ключовими інструментами їхньої конкурентоспроможності у порівнянні з місцевим закладам, впливаючи на формування нових споживчих звичок. Водночас глобалізація сприяє зростанню конкуренції між закладами громадського харчування, оскільки міжнародні ресторанны мережі та франчайзингові проекти все частіше проникають у локальні ринки. Це змушує місцеві заклади не лише підвищувати якість сервісу, а й шукати нові підходи до залучення клієнтів, наприклад, через інтеграцію цифрових технологій (онлайн-бронювання, мобільні додатки для замовлень, програми лояльності).

На Івано-Франківщині спостерігаємо поступове зростання міжнародного ресторанного впливу, що знаходить своє відображення у зміні структури регіонального ринку, формату закладів, їхнього позиціонування, відкритті нових закладів з інтернаціональними

концепціями. Зокрема, значні зміни відбулися з 2018 р. з відкриттям «Prombar», а в 2019 р. – «Promfood», що стали частиною великої ресторанної екосистеми. Вони принесли нові бізнес-моделі та кулінарні концепції, які активно впливали на локальний ринок регіону. Упродовж 2020-2023 рр. значно зросла кількість закладів, орієнтованих на різноманітні гастрономічні традиції країн світу, зокрема, азійської кухні, кухонь країн Європи [5]. Вплив іноземних концепцій на місцеву кулінарну культуру відмічаємо через відкриття та значну популярність таких закладів, як «Fabbrica», «Delikacia», «Vinoteka», «Кра», «Мамепогі», «Піросмані» тощо.

Відмінною особливістю ресторанного ринку Івано-Франківської області є його територіальна організація, зокрема найвища концентрація закладів у центральній частині області, що чітко тяжіє до головного культурного та туристичного центру регіону – міста Івано-Франківськ зі значною кількістю закладів різного формату та класу, включаючи заклади преміум-сегменту. Водночас, у гірських районах (Яремче, Ворохта, Поляниця, Татарів) переважають об'єкти, орієнтовані на туристів, з акцентом на атмосферу, регіональну автентичність та локальні продукти.

Відмічаємо, що значний вплив на структуру та функціонування ринку має також сезонність. У періоди пікової туристичної відвідуваності (у нашому випадку зимовий гірськолижний, літній сезон еко-туризму, кліматолікування) попит на послуги закладів харчування як сегменту туристичної інфраструктури значно підвищується. Відтак, це активізує процес розширення асортименту послуг закладами, пошуку нових форм обслуговування, збільшення кількості вуличних фуд-кортів та адаптації меню до вподобань туристів. Ресторани змушені впроваджувати інноваційні концепції, зокрема крос-культурні гастрономічні рішення, які поєднують локальні традиції з глобальними кулінарними тенденціями [2; 4]. Влітку – популярністю користуються відкриті тераси, кафе біля річок та озер, заклади з концепцією еко- та фермерської кухні. Взимку зростає попит на традиційну карпатську кухню, ситні страви та гарячі напої (банаш, грибна юшка, глінтвейн тощо).

Загалом в Івано-Франківську, станом на 2022 р. функціонувало 561 закладів ресторанного господарства. З них: ресторанів – 73, барів – 22, кафе – 449, нічних закладів – 17 [3]. Статистична інформація за 2023-2024 рр. не оприлюднюється органами державної статистики у зв'язку з військовою агресією російської федерації проти України, відповідно до Закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни» [1]. Структура ресторанного ринку складається з широкого спектру закладів харчування, що спеціалізуються переважно на

традиційній українській та галицькій кухнях, та являються своєрідними туристичними магнітами міста («Антикварня Шпіндель», Перша сімейна ресторація Мулярових, ресторан «Хата багата»). Найбільш поширеними на ринку ресторанного господарства є заклади середнього цінового сегмента, що зумовлено їхньою доступністю для широкого кола споживачів та оптимальним поєднанням вартості й якості обслуговування.

Сучасні тенденції вплинули на появу значної кількості закладів стріт-фуд формату, на кшталт «PromFoodCourt», «Manufaktura», «Foodguru», а також закладів з міжнародними брендами («McDonald's», «Pizza Hut»), які поєднують швидке обслуговування із сучасним дизайном і доступними цінами, і надзвичайно популярні серед молодого сегменту споживачів. Розвиваються також нові типи ресторанів – коворкінги, антикафе та smart cafe, які поєднують робочий простір із можливістю відпочинку та спілкування – «Urban Space 100», «Stantsiya», «Shelter Coffee».

Важливим наслідком глобалізаційних процесів є зміна споживчих уподобань: туристи дедалі частіше віддають перевагу гастрономічним враженням, які поєднують автентичність та екологічність. Це стимулює розвиток концепцій slow food, використання органічних продуктів, локального фермерства та стійких практик у ресторанному бізнесі досліджуваного регіону. До слова, в Івано-Франківську функціонують заклади, які позиціонують себе як соціально відповідальні, зокрема це унікальний «Urban Space 100», прибутки якого спрямовуються на підтримку громадських ініціатив.

На основі інформаційного скринінгу, систематизації статистичних даних, наукових публікацій, а також контент-аналізу веб-сайтів закладів ми здійснили спробу узагальнити різновекторний вплив глобалізаційних процесів на ринок ресторанного бізнесу Івано-Франківщини (рис. 1).

Таким чином, глобалізація не лише створює нові можливості для розвитку ресторанного господарства, а й ставить перед ним виклики, які потребують гнучкої адаптації та стратегічного планування. Розвиток міжнародних мереж у регіоні є двоаспектним явищем, що поєднує як можливості для розвитку ресторанного бізнесу, так і потенційні загрози для малих гравців ринку. Їхній вплив проявляється, як у зростанні конкуренції серед закладів громадського харчування, так і у стимулюванні впровадження новітніх технологій та управлінських підходів.

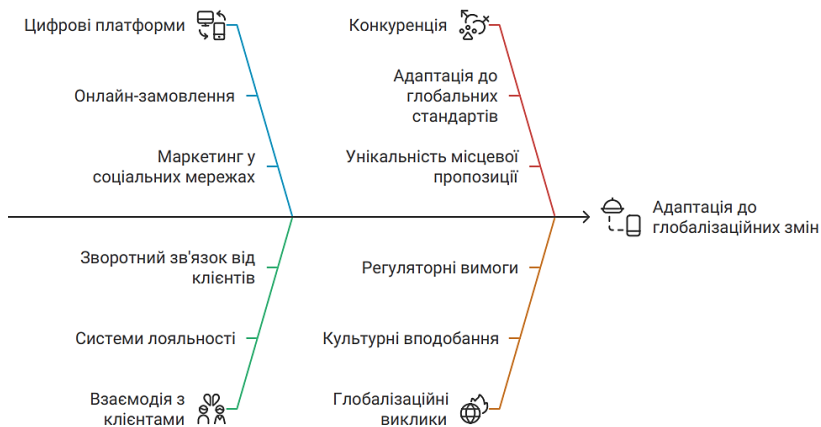


Рис. 1. Вплив глобалізаційних процесів на ринок ресторанного господарства Івано-Франківщини

Подальший розвиток ресторанного бізнесу Івано-Франківщини визначатиметься здатністю гармонійно поєднувати міжнародні гастрономічні тренди (стійке споживання, digitalization, fast-casual концепції тощо) з регіональними кулінарними традиціями, створюючи унікальний туристичний досвід страв місцевої ідентичності.

Література:

1. Закон України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни». URL: <https://cutt.ly/ge44rKff>.
2. Білас М. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. Вокс Україна. URL: <https://cutt.ly/le44egF0>.
3. Головне управління статистики в Івано-Франківській області. URL: <https://www.ifstat.gov.ua/>
4. Нагодувати й вижити: як ресторанний бізнес змінився під час війни. Асоціація ритейлерів України. The profile association of retail market players. URL: <https://cutt.ly/Ce44r7gl>
5. Робота закладів Західної частини України в умовах війни: що змінилося? Журнал Ресторатор: веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/Fe44trxd>.

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058
E-mail: office@baltijapublishing.lv

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2025. gada 21. februāris
Tirāža 100 eks.