



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

«Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

*Щорічної університетської підсумкової наукової студентської
конференції*

(м. Ужгород, 16 травня 2024 року)

Ужгород
2024

УДК 658.8:005:327:355.01(043.2)

М 25

Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів: збірник матеріалів щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції (м. Ужгород, 16 травня 2024 року). – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2024. 132 с.

У збірнику за матеріалами щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», що відбулась в Ужгородському національному університеті 16 травня 2024 року, вміщено тези доповідей студентів факультету історії та міжнародних відносин спеціальностей «Менеджмент» та «Маркетинг», а також студентів магістрантів спеціальності «Менеджмент», освітньої програми «Бізнес-адміністрування». Висвітлюються проблеми та актуальні питання, пов'язані з адаптацією бізнесу до нових умов функціонування в умовах військових викликів, кризового управління, стратегії маркетингу, інноваційного розвитку, лідерства та ресурсного управління в ситуації невизначеності.

Рекомендовано до друку

*Вченою радою факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»
(протокол № 13 від 28.06.2024 р.)*

*Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників.
У збірнику максимально точно відображається орфографія і пунктуація,
запропонована учасниками. За зміст публікацій відповідають автори тез.*

© ДВНЗ «УжНУ», 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	7
------------------------	---

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

1. Водяницька К. Механізм адаптації лідерів малого бізнесу в умовах війни.....	8
2. Зіденік Р. Реінжиніринг бізнес-процесів в контексті військового конфлікту	14
3. Пеця С. Розвиток компаній-лідерів на ринку України в умовах воєнного стану	22
4. Соломінська Т. Лідерство в часи кризи: як підтримка та мотивація сприяють розвитку співробітників у воєнний період.....	28

СЕКЦІЙНЕ ЗАСІДАННЯ

СЕКЦІЯ 1. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДО ЗМІННОГО ГЕОПОЛІТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	34
--	----

1. Білашенко В. Локалізація маркетингових стратегій: виклики та можливості	34
2. Тюшка О. Стратегії мінімізації ризиків в системі антикризового управління	36
3. Шинкарук Д. Геополітичні фактори та маркетингові стратегії: адаптація до змінювання ринкових умов	38

СЕКЦІЯ 2. КРИЗОВИЙ МАРКЕТИНГ: ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	41
--	----

1. Брижак Є. Цифрові маркетингові інструменти в умовах війни.....	41
2. Горбась К. Маркетингова стійкість: підходи та стратегії в умовах кризи та конфлікту	44
3. Горбатюк В. Кризовий маркетинг в Україні: стратегії і приклади успішних підприємств під час війни.....	46
4. Заяць В. Вплив військової реклами на психологічний стан суспільства	48
5. Ковальчук М. Підходи до управління в умовах глобальних конфліктів	50

6. Латухін В. Роль технологій у керуванні ресурсами та ризиками під час збройних конфліктів.....	52
7. Малента В. Адаптація маркетингових стратегій підприємств в умовах мінливого середовища	54
8. Мешко Є. Комунікація в умовах війни: роль соціальних медіа та стратегії кризового PR	56
9. Олійник К. Важливість дослідження конкурентного середовища в часи кризового маркетингу.....	58
10. Палінчак Б. Бізнес в умовах війни: виклики та можливості для розвитку	60
11. Ребрей І. Ефективні практики кризового маркетингу	63
12. Ситар А. Еволюція цілей українського бізнесу під час військових конфліктів: виклики та можливості.....	65
13. Телецькій К. Кризовий маркетинг: стратегії адаптації, благодійні акції та комунікація зі співробітниками.....	66
14. Хацановська С. Оцінка цінних стратегій та знижок у періоди кризи.....	68
15. Чулей Є. Інноваційні та адаптаційні можливості маркетингу в умовах війни.....	71
16. Шумило Ю. Військова реклама та патріотичний маркетинг: збільшення національної гордості через комунікаційні стратегії.....	73
17. Янович Ю. Воєнний конфлікт: вплив на споживчу поведінку та маркетингові стратегії бізнесу.....	75
СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО БРЕНДУВАННЯ ТА КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ НАПРУЖЕНЬ.....	77
1. Гавриленко С. Бренди в умовах геополітичних конфліктів: комунікаційні стратегії та інноваційні рішення.....	77
2. Драч Н. Фінансове забезпечення інноваційних процесів в умовах постіндустріальної економіки.....	79
3. Лесько Т. Соціальні медіа як ключовий інструмент адаптації в сучасному бізнесі.....	81

4. Пнівчук Д. Розвиток та фактори впливу на таргетовану та арбітражну рекламу	82
5. Прохорова Є. Ребрендинг у геополітично нестабільних умовах: стратегії та виклики для брендів	85
6. Селеш-Нодь Г. Збереження автентичності брендів в умовах геополітичних потрясінь	86
7. Смульський М. Вплив різних чинників на маркетинг: аналіз ключових факторів та стратегічні рішення	89
8. Шуллер М. Стратегії виживання: як кризовий маркетинг може забезпечити стійкість у період війни	92
СЕКЦІЯ 4. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО БРЕНДУВАННЯ ТА КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ НАПРУЖЕНЬ	95
1. Гайсяк Є. Інноваційні підходи до комунікації та позиціонування брендів в умовах кризи/війни	95
2. Крупчак Б. Вплив міжнародних санкцій на маркетингові стратегії компанії	96
3. Годованець О. Вплив технологій на управління ресурсами та ризиками під час військового конфлікту	98
4. Коваль В. Адаптація стратегій управління ресурсами: від військових конфліктів до мирного періоду	101
5. Молнар Д. Комунікаційні стратегії під час геополітичних напружень: роль технологій та соціальних мереж у формуванні іміджу компаній	102
6. Хандучка В. Управління ресурсами та ризиками в умовах військового конфлікту: можливості та виклики	104
СЕКЦІЯ 5. ЛІДЕРСТВО: ВОЄННО-БІЗНЕСОВИЙ КОНТЕКСТ	107
1. Бугай Є. Феномен лідерства: поліаспектність поняття	107
2. Буковецька В. Стратегії лідерства в умовах глобальної конкурентоспроможності	109
3. Вихованська М. Соціальні підприємства як інструмент вирішення військових проблем: досвід та перспективи	112

4. Ганькович І. Вплив стресу та психологічних навичок на лідерську ефективність.....	114
5. Ісак В. Психологія лідерства у критичних ситуаціях: стрес-менеджмент та прийняття ефективних рішень.....	116
6. Кізик А. Ефективне лідерство у кризових ситуаціях.....	118
7. Курга В. Жіноча сила і лідерство: уроки з українського досвіду в часи випробувань.....	120
8. Лало В. Лідерство в умовах війни: аналіз стратегій та тактик воєнно-бізнесового досвіду	122
9. Мигалейко К. Бізнес-лідерство в умовах війни	124
10. Мойсей І. Лідерство у військово-підприємницьких організаціях: пріоритети, виклики та можливості	126
11. Хандучка І. Ефективні стратегії прийняття рішень для лідерів у часи воєнних дій.....	129

Наукове видання

**«Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної
нестабільності та військових викликів»**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

*Щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції
(м. Ужгород, 16 травня 2024 року)*

Формат 60*84/16. Гарнітура Times New Roman
Ум.друк.арк. 7,67. Зам. № 118.

Редакційно-видавничий відділ ДВНЗ «УжНУ»
88000, м. Ужгород, вул. Заньковецької, 89
E-mail: dep-editors@uzhnu.edu.ua