



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний біотехнологічний університет

**ТРАНСФОРМАЦІЯ
ОБЛІКУ ТА БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ
В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ:
СУЧАСНІ ТРЕНДИ, ВИКЛИКИ,
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

**МАТЕРІАЛИ
III Міжнародної науково-практичної конференції**

14 листопада 2025 року

**Харків
2025**

Міністерство освіти і науки України
Державний біотехнологічний університет
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національна академія статистики, обліку та аудиту
Державний податковий університет
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
Державний торговельно-економічний університет
Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького
Одеський національний економічний університет
Західноукраїнський національний університет
Сумський національний аграрний університет
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
Привілейований інститут управлінських бухгалтерів (СІМА) (Велика Британія)
Європейський інститут безперервної освіти (EIDV) (Словацька Республіка)
Міжнародна Академія Прикладних Наук у Ломжі (Республіка Польща)
Державний університет прикладних наук імені Станіслава Сташиця в Пілі (Республіка Польща)
Сілезька Академія (Республіка Польща)
Міжнародний університет Daffodil (Народна Республіка Бангладеш)
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
ТДВ «Інститут обліку і фінансів» Національної академії аграрних наук
ГО «Федерація аудиторів, бухгалтерів і фінансистів АПК України»
Компанія TG Consulting

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКУ ТА БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ, ВИКЛИКИ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції

14 листопада 2025 р.



**Харків
ДБТУ
2025**

Організаційний комітет:

Голова комітету: *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф.

Заступники голови: *М.Л. Серік*, канд. техн. наук, доц.; *Т.Ф. Ларіна*, д-р. екон. наук., проф.; *Н.Б. Кащена*, д-р. екон. наук., проф.

Члени оргкомітету: *Ю.С. Бездушина*, д-р екон. наук., проф.; *Т.О. Букорос*, канд. політ. наук, доц.; *С.І. Василішин*, д-р екон. наук, проф.; *В.М. Вовк*, канд. екон. наук, доц.; *Н.І. Вовчук*, представник СІМА-АІСПА; *З-М.В. Задорожний*, д-р екон. наук, проф.; *О.А. Зоріна*, д-р екон. наук, проф.; *О.М. Жданович*, начальниця редакційно-видавничого відділу ДБТУ; *В.М. Жук*, д-р екон. наук, проф.; *І. Жуховскі*, д-р інженер, проф.; *Й. Затько*, PhD, проф.; *Я.О. Ізмайлов*, д-р екон. наук, проф.; *І.Д. Лазаришина*, д-р екон. наук, проф.; *Н.О. Лоханова*, д-р екон. наук, проф.; *О.В. Манойленко*, д-р екон. наук, проф.; *О.В. Назаренко*, д-р екон. наук, проф.; *К.О. Назарова*, д-р екон. наук, проф.; *Ю.С. Нежид*, PhD; *О.О. Нестеренко*, д-р екон. наук, проф.; *Т.П. Несторенко*, канд. екон. наук, доц.; *В.С. Ніценко*, д-р екон. наук, проф.; *Нурул Мохаммад Зайд*, PhD; *В.О. Осмятченко*, д-р екон. наук, проф.; *Р.М. Остапенко*, канд. екон. наук, доц.; *А. Остенда*, PhD, проф.; *А.А. Пилипенко*, д-р екон. наук, проф.; *О.С. Прокopiшин*, канд. екон. наук, доц.; *Т.О. Ставерська*, канд. екон. наук, доц.; *О.В. Чумак*, д-р екон. наук, проф.; *З. Шарлович*, канд. пед. наук, ад'юнкт; *В.П. Яковлева*, керівник відділу організації наукової роботи з науково-педагогічним персоналом та здобувачами освіти ДБТУ.

Видається відповідно до наказу в.о. ректора ДБТУ про проведення III Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики, міжнародний досвід» (№ 01-01/413 від 03.11.2025 р.)

Конференція проводиться в межах реалізації грантового проекту Програми ЄС Еразмус+ за напрямом Jean Monnet Module «Біокластери ЄС: досвід формування та управління для забезпечення сталості українських агроєкосистем» / «EU Bioclusters: Experience of Formation and Management to Ensure Sustainability for Ukrainian Agroecosystems» – BioEFM4Agro (101176911).

Погляди та думки, висловлені в поданих матеріалах, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейської комісії. Ні Європейський Союз, ані орган, що надав грант, не несуть за них відповідальності.

Т 65 Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 14 листопада 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. – 506 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyi/>

Збірник містить матеріали, у яких розглядаються проблеми і перспективи трансформації обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності. Представлено інновації обліково-аналітичного і фінансового забезпечення, бізнес-консалтингу та аудиту, новітні цифрові рішення та управлінські аспекти модернізації систем інформаційної підтримки менеджменту бізнес-процесів з урахуванням міжнародного досвіду та орієнтацією на стале відновлення й економічний розвиток України, її визнання світовим співтовариством.

Матеріали видано в авторській редакції мовою оригіналу. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Назарова Т.Ю., Бабенко В.П. Роль цифрових інструментів в оперативній оцінці ризиків фінансових потоків підприємства	391
Наумова Т.А., Акімова Н.С. Облік та аудит у сучасній системі управління бізнес-процесами підприємства	394
Нестеренко І.В., Ковалевська Н.С. Трансформація облікових процесів у банках в умовах цифровізації	397
Родченко В.Б., Нестеренко О.О. Штучний інтелект як стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності сучасних підприємств	401
Субочева Ю.В., Остапенко Р.М. Цифрові рішення для податкового адміністрування: інтеграція в бізнес-процеси кондитерської фабрики в Україні	404
Сукачова С.М., Тімченко О.Д. Використання інтелектуального аналізу даних для оцінки ризиків кібератак у сфері бізнесу	406
Трутень К.О. Цифровізація обліку як інструмент стратегічного розвитку державних підприємств	409
Тютюнник С.В., Андрієнко В.О. Електронна комерція як каталізатор підвищення конкурентоспроможності підприємства	412
Бортник С.М., Фурса В.А. Інтеграція України до внутрішнього ринку ЄС в умовах війни	416
Яворська Н.П., Терлецький О.О. Розвиток збутової діяльності підприємства на основі омніканальності	418
Яковлев В.І., Назарова Т.Ю. Роль фінтех-інновацій у забезпеченні стійкості ринку фінансових послуг України	421

Секція 5

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕННОСТІ

Андріюк Е.І. Взаємозалежність корпоративного управління та стратегії розвитку як основа стійкості організації	425
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

підтвердження цифрової компетентності.

4. Підтримати пілотні проекти цифрового аудиту на базі великих державних компаній.

5. Забезпечити кіберзахист державних інформаційних систем та розробити стандарти безпечного зберігання облікових даних.

Реалізація цих заходів сприятиме створенню сучасної системи державного фінансового управління, побудованої на принципах відкритості, ефективності та технологічності.

Цифровізація бухгалтерського обліку є невід'ємною складовою стратегічного розвитку державних підприємств. Вона забезпечує підвищення ефективності управління, прозорість фінансових процесів, мінімізацію людського фактору та зниження ризиків нецільового використання коштів.

У сучасних умовах цифрова трансформація не є опцією, а необхідністю для забезпечення конкурентоспроможності державного сектору та сталого розвитку економіки України.

Інформаційні джерела

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» №996-XIV від 16.07.1999 р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Коваль О.В, Лишак О.М Цифровізація бухгалтерського обліку в Україні// Ефективна економіка. 2024. № 2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.67>
3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2021–2025 роки. – Кабінет Міністрів України, 2021. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/464-2025>
4. Міністерство фінансів України. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2024 – 2030 роки. <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-uriad-zatverdvy-stratehiu-tsyfrovoho-rozvytku-systemy-upravlinnia-derzhavnyu-finansamy-do-2030-roku>
5. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. – <https://www.treasury.gov.ua>
6. Талах Т. А. Голячук Н. В. Цифровізація обліку для забезпечення ефективного розвитку бізнесу.// Економіка та суспільство. Випуск № 71 / 2025. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-12>

УДК 339.1:004.738

С.В. Тютюнник, канд. екон. наук, доц. (ПДАУ, Полтава)

В.О. Андрієнко, здоб. ст. бакалавра (ПДАУ, Полтава)

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Масштабна діджиталізація маркетингових, управлінських та фінансових процесів не лише сприяла появі сучасних організаційних форм підприємництва, але й ініціювала стрімкий розвиток електронної комерції та електронного бізнесу загалом. Ці глобальні зміни суттєво змінили характер взаємовідносин між усіма

учасниками економіки: бізнесом, споживачами та державними структурами, визначаючи нові правила гри в цифровому світі [1]. При цьому особливої уваги заслуговує сфера торгівлі, оскільки цифрові інструменти формують перспективне комерційне середовище, яке відкриває перед компаніями можливості для захоплення нових ринків, оптимізації витрат на взаємодію з клієнтами та експансії на міжнародному рівні. Електронна комерція (E-commerce) являє собою вид ділової активності, спрямованої на купівлю-продаж товарів і послуг, що здійснюється через інформаційні мережі без необхідності прямого фізичного контакту між сторонами. Окрім основної торгової діяльності, E-commerce охоплює широкий спектр онлайн-операцій, включаючи електронні аукціони, продаж електронних квитків та інтернет-банкінг. Для багатьох сучасних підприємств, діяльність яких пов'язана з реалізацією продуктів чи послуг онлайн, електронна комерція є ключовим і невід'ємним елементом бізнес-моделі [2].

Електронна торгівля підвищує конкурентоспроможність підприємства завдяки таким ключовим факторам:

- скорочення операційних витрат (зменшення витрат на організацію бізнесу (наприклад, відмова від дорогих фізичних торгових площ); зменшення витрат на рекламу та просування за рахунок таргетованих онлайн-інструментів; зниження витрат на обслуговування клієнтів та підтримку комунікацій через автоматизацію (чат-боти, самообслуговування));

- розширення та глобалізація ринків (можливість залучати клієнтів по всьому світу, долаючи географічні обмеження без необхідності фізичної присутності або створення розгалуженої дистрибуторської мережі за кордоном; практично безмежні можливості для масштабування бізнесу; розширення географії та доступ до нішевих ринків завдяки можливості виходу на національні та глобальні ринки без відкриття фізичних філій та можливості знаходити та обслуговувати вузькоспеціалізовані міжнародні ніші, які були б недоступні або надто витратні для традиційної торгівлі);

- персоналізація та покращення клієнтського досвіду (збір детальної інформації про кожного клієнта (через Google Analytics, CRM) для надання персоналізованих пропозицій; швидкий і зручний доступ до інформації про товари, ціни, наявність та умови доставки; можливість обробляти замовлення в режимі 24/7, підвищуючи гнучкість бізнесу);

- оптимізація та автоматизація бізнес-процесів (автоматизація замовлень, оплат, відстеження поставок і обліку, що знижує ризик помилок і підвищує ефективність; вдосконалення управлінських, логістичних та маркетингових стратегій за допомогою нових технологій);

- цінова конкурентоспроможність (зниження витрат на маркетинг та дистрибуцію дозволяє підприємству пропонувати більш конкурентні ціни на міжнародних ринках);

- гнучкість та адаптивність (здатність швидко реагувати на зміни міжнародного попиту, оновлювати асортимент та маркетингові стратегії в режимі реального часу);

- ефективний міжнародний маркетинг (цифрові інструменти (SEO, контекстна реклама, соціальні медіа) забезпечують високу цільовість рекламних кампаній за кордоном при контрольованих витратах).

Статистичні дані підтверджують високий рівень довіри споживачів до маркетплейсів. Користувачі мають впевненість як у безпеці онлайн-транзакцій, так і в надійності логістичних процесів. Великі торговельні платформи надають покупцям чіткі гарантії та беруть на себе функцію врегулювання проблемних ситуацій. Наприклад, у разі несвоєчасної доставки або відсутності комунікації з продавцем, маркетплейс відшкодовує покупцеві комісію. Таким чином, самі платформи зацікавлені у формуванні постійної та лояльної клієнтської бази для своїх продавців. Підприємці, користуючись цією довірою, зосереджуються на високій якості продукції та підтримці складських запасів, залучаючи покупців, готових без вагань вносити повну передоплату за товар.

Країнами-лідерами в електронній торгівлі є Китай, США та Велика Британія, які сукупно займають значну частку світового ринку електронної комерції. Китай займає перше місце на світовому ринку електронної комерції завдяки платформам Alibaba та AliExpress, він займає понад 50% світового обсягу онлайн-продажів. США посідає друге місце на глобальному ринку з великими онлайн-гравцями, такими як Amazon. Частка у світовому обсязі – 20-22%. Велика Британія є одним з лідерів у Європі. Займає приблизно 3-5% світових роздрібних онлайн – продажів.

Український ринок електронної комерції до 2022 року демонстрував високі темпи зростання і мав значний потенціал. Через повномасштабну агресію електронна комерція в Україні, як і більшість секторів економіки, зазнала значних втрат. Спочатку, через порушення логістики, зниження купівельної спроможності та загальну економічну нестабільність, обсяги електронної торгівлі різко скоротилися. Однак згодом відбулося поступове відновлення попиту на критично важливі товари (засоби безпеки, електроніка, товари для дистанційної роботи та навчання, а також предмети першої необхідності) [1].

Інтернет став невід'ємною часткою ведення комерційної діяльності, яка здатна впливати на світову економіку. На сучасному ринку зберегти конкурентні позиції вдається лише тим підприємствам, які постійно розвиваються й використовують нові технології. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у сфері торгівлі багато в чому визначає успішність розвитку торговельних підприємств. Вихід на міжнародні ринки дозволяє підприємствам залучити іноземний капітал, отримати сучасні технології, обладнання, матеріали, полегшує пошук нових ринків збуту продукції, дешевої сировини, розширює коло партнерів. В Україні склалися сприятливі умови для розвитку інтернет-торгівлі. Але існує ряд стримуючих чинників, які можуть надалі стати серйозною проблемою для розвитку даного виду торгівлі. Зокрема, розвиток ринку е-

комерції в Україні стримується системними бар'єрами, серед яких: низька платоспроможність населення (обмежує споживчу активність); цифрова нерівність між регіонами (різний доступ до інтернету та комп'ютеризації); низька цифрова грамотність; низький рівень довіри споживачів через слабкий захист прав і ризик шахрайства; недостатня безпека транзакцій та наявність некваліфікованих гравців. Для подолання цих проблем необхідний комплексний підхід: формування нормативно-правового середовища за стандартами ЄС, підвищення цифрових компетентностей, підтримка інноваційних бізнес-моделей та вітчизняних платформ. Поряд з цим, цифровізація вимагає від підприємств е-торгівлі вирішення двох ключових завдань: 1. Забезпечення високого рівня захисту персональних даних клієнтів (платіжні реквізити, ідентифікаційні дані). 2. Інтеграція всіх каналів комунікації (вебсайт, соцмережі, додатки) у єдину омніканальну стратегію для формування персоналізованого клієнтського досвіду. Для успішної конкуренції компаніям варто застосовувати стратегію диференціації, що включає спрощення процедур купівлі/повернення та прозорі умови обслуговування для підвищення довіри та лояльності покупців.

Отже, електронна торгівля є не просто додатковим каналом збуту, а фундаментальним інструментом для міжнародної конкурентоспроможності, що дозволяє підприємствам долати географічні бар'єри, знижувати витрати та швидко адаптуватися до глобальних ринкових умов. Вона докорінно трансформує традиційні моделі міжнародного бізнесу, надаючи компаніям, незалежно від їх розміру, безпрецедентні можливості. Завдяки цифровізації процесів підприємства можуть суттєво знижувати трансакційні та дистрибуційні витрати (наприклад витрати на посередників, фізичні магазини), що безпосередньо призводить до підвищення цінової конкурентоспроможності їхніх товарів на міжнародній арені. Інтегровані цифрові платформи забезпечують високу прозорість та гнучкість ланцюгів постачання, дозволяючи швидко реагувати на глобальні зміни попиту.

Інформаційні джерела

1. Бабух І.Б., Нікульча В.А. Ключові характеристики електронної комерції та проблеми її розвитку в Україні. *Економічний простір*. 2025. №204. С 30-36. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/09/204-30-36-babuh.pdf>
2. Турчин Л.Я. Електронна комерція як ефективний маркетинговий інструмент. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. №3. С. 93-100. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-15.pdf>



Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКУ ТА БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ
В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ:
СУЧАСНІ ТРЕНДИ, ВИКЛИКИ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції

14 листопада 2025 р.

Видано в авторській редакції

Відповідальні за випуск: Н.Б. Кащена
О.М. Жданович
Комп'ютерна верстка: Н.Б. Кащена
Р.М. Остапенко
Техн. редактор Л.Ю. Кротченко

Підп. до друку 07.11.2025 р. Об'єм даних 3,23 Мб.

Державний біотехнологічний університет
Вул. Алчевських, 44, Харків, 61002