

SCI-CONF.COM.UA

SCIENCE IN THE MODERN WORLD: INNOVATIONS AND CHALLENGES



**PROCEEDINGS OF XI INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
JULY 10-12, 2025**

**TORONTO
2025**

SCIENCE IN THE MODERN WORLD: INNOVATIONS AND CHALLENGES

Proceedings of XI International Scientific and Practical Conference

Toronto, Canada

10-12 July 2025

Toronto, Canada

2025

UDC 001.1

The 11th International scientific and practical conference “Science in the modern world: innovations and challenges” (July 10-12, 2025) Perfect Publishing, Toronto, Canada. 2025. 203 p.

ISBN 978-1-4879-3790-4

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Science in the modern world: innovations and challenges. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Toronto, Canada. 2025. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-in-the-modern-world-innovations-and-challenges-10-12-07-2025-toronto-kanada-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: toronto@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua/>

©2025 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2025 Perfect Publishing ®

©2025 Authors of the articles

PHILOSOPHICAL SCIENCES

22. *Борисова Т. В.* 141
ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ МОТИВИ В ФІЛОСОФСЬКІЙ СПАДЩИНІ
СЕНЕКИ

ECONOMIC SCIENCES

23. *Artsybashev H. R.* 145
MAIN TRENDS IN THE ECOLOGICAL AND ECONOMIC STATE
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE
24. *Kyrylko N. M.* 148
TRANSFORMATION OF EVENT MANAGEMENT IN THE
CONTEXT OF ARMED CONFLICT: NEW FORMATS AND
SECURITY PRIORITIES
25. *Гуйва О. О.* 156
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК ІМІДЖЕВИЙ
ЧИННИК
26. *Кукляк Р. І.* 160
КОМУНІКАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ ТА ДОВІРА В КРИЗОВОМУ
УПРАВЛІННІ: ВИКЛИКИ МІСЦЕВОГО РІВНЯ В УКРАЇНІ
27. *Мілованов П. В., Харченко Ю. П.* 164
УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ КОМАНД ІТ-КОМПАНІЙ В
УМОВАХ ПОВНОЇ РОЗПОДІЛЕНOSTІ

LEGAL SCIENCES

28. *Sarchimelia Mamuka* 176
THE LEGAL NATURE OF TAXATION: FROM CONSTITUTIONAL
PRINCIPLES TO CONTEMPORARY APPROACHES
29. *Кругла Х. В., Марченко О. В.* 199
СУДОВІ СПОСОБИ ЗАХИСТУ ПРАВА ВЛАСНОСТІ

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК ІМІДЖЕВИЙ ЧИННИК

Гуйва Олексій Олександрович

аспірант, кафедра менеджменту

Полтавський університет економіки і торгівлі

м. Полтава, Україна

Анотація: У статті висвітлено значення цифрової трансформації як важливого чинника формування позитивного іміджу підприємства в умовах сучасної економіки. Продемонстровано, як новітні цифрові технології, такі як штучний інтелект, великі дані, автоматизація, хмарні сервіси та цифрові канали комунікації, сприяють не лише підвищенню ефективності бізнесу, а й зміцненню репутації компанії серед споживачів, працівників та партнерів. Окрему увагу приділено українським кейсам та локальним практикам. Визначено роль внутрішньої цифрової культури та кібербезпеки як складових іміджевої стратегії.

Ключові слова: Цифрова трансформація, імідж підприємства, технології, цифрова культура, кібербезпека, діджиталізація, корпоративна репутація, інновації.

У сучасному бізнес-середовищі цифрова трансформація стає не просто модною тенденцією, а необхідною умовою виживання та зростання. Здатність підприємства адаптуватися до цифрових викликів сьогодні розглядається як ознака його технологічної зрілості та стратегічної далекоглядності. Особливо це актуально для українських компаній, які, попри економічні труднощі, впроваджують діджитал-рішення як засіб покращення конкурентних позицій.

Цифрова трансформація передбачає глибоке перепроєктування бізнес-моделі, що охоплює не лише технологічний аспект, а й управлінські та організаційні зміни. Інтеграція ERP-систем, CRM-платформ, аналітики великих даних, систем штучного інтелекту й автоматизації дозволяє перебудувати

логіку взаємодії як усередині компанії, так і ззовні.

Формування іміджу в умовах цифрової економіки має власну специфіку. Технологічна відкритість, інноваційність, цифрова прозорість і швидкість реакції на потреби клієнта - основа сучасного позитивного бренду. Особливо це стосується молодшої аудиторії, яка очікує від брендів цифрової зручності, інтерактивності та персоналізованого підходу.

Цифрові канали комунікації, зокрема сайти, мобільні додатки, соціальні мережі та месенджери, відкривають нові можливості для побудови довірливих відносин з цільовою аудиторією. Наприклад, мобільний застосунок «Приват24» від ПриватБанку перетворив банківське обслуговування в простий, зручний і інтуїтивний процес, тим самим формуючи у користувачів стійкий позитивний імідж банку як технологічного лідера.

Цифрова стратегія «Сільпо» включає елементи гейміфікації, персоналізації пропозицій, а також високий рівень візуальної та функціональної адаптивності в мобільному додатку. Усе це формує емоційно позитивний досвід взаємодії з брендом, що є однією з головних умов створення довгострокової лояльності.

Сучасний підхід до цифровізації має охоплювати також внутрішні процеси: автоматизацію HR-процедур, електронний документообіг, використання корпоративних платформ для дистанційної співпраці. Компанії, що впроваджують такі рішення, демонструють турботу про співробітників, готовність до гнучких форматів праці та загальну відкритість до інновацій. Це, у свою чергу, формує імідж відповідального роботодавця.

Значною перевагою стає впровадження інструментів аналітики даних, що дозволяє глибше розуміти поведінку клієнтів, прогнозувати зміни попиту та оперативно коригувати бізнес-стратегії. Штучний інтелект дає змогу персоналізувати послуги, що сприймається споживачами як високий рівень сервісу, технологічна досконалість і клієнтоцентричність.

На особливу увагу заслуговує питання кібербезпеки, яке часто недооцінюється в контексті іміджу. Інциденти, пов'язані з витоком даних,

можуть серйозно вдарити по репутації навіть найбільш інноваційної компанії. Тому прозора політика кіберзахисту, регулярні аудити інформаційної безпеки та публічні звіти про дії у випадку загроз – важливі іміджеві інструменти.

Цифрова соціальна відповідальність також стає дедалі актуальнішою. Компанії, які впроваджують еко-орієнтовані цифрові рішення (відмова від паперу, енергоефективні дата-центри, дистанційні формати навчання та роботи), формують імідж не лише технологічного, а й етичного бренду.

Успішна цифрова трансформація залежить не лише від технологічних інструментів, а й від сформованої внутрішньої цифрової культури. Це готовність персоналу до змін, наявність гнучкого мислення, підтримка інноваційних ініціатив. Лідерство у цифровій трансформації передбачає інвестування в навчання, стимулювання творчості та залучення молодих спеціалістів.

Регіональні підприємства, зокрема у Полтавській області, дедалі частіше впроваджують діджитал-рішення: автоматизовані фермерські обліки, онлайн-продажі агропродукції, чат-боти для взаємодії з клієнтами. Це не лише покращує ефективність, а й створює сучасний імідж компаній, орієнтованих на прогрес.

У підсумку, цифрова трансформація – це не лише шлях до підвищення продуктивності, а й ефективний інструмент формування іміджу підприємства. Грамотно вибудована діджитал-стратегія здатна зміцнити довіру, підвищити лояльність, привабити партнерів та інвесторів, а також сформувати стійку конкурентну перевагу на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрущенко В. Л. Цифрова трансформація економіки: теоретико-практичні аспекти. - К.: Наукова думка, 2021. – 268 с.
2. Пилипенко І. В. Імідж підприємства: сучасні підходи до формування. // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2022. – № 3. – С. 97–104.
3. Чорна О. В. Стратегічне управління інформаційними технологіями в

бізнесі. – Львів: ЛНУ, 2020. - 214 с.

4. Gartner Digital Transformation Framework. URL: <https://www.gartner.com/en>
5. Deloitte Digital Maturity Index 2023. URL: <https://www2.deloitte.com>
6. Боднар О. І. Управління іміджем підприємства в цифрову епоху. – Харків: ХНЕУ, 2022. - 180 с.
7. ПриватБанк. Офіційний сайт. URL: <https://privatbank.ua>
8. Fozzy Group - Цифрові рішення. URL: <https://fozzy.ua>
9. Accenture Technology Vision 2023. URL: <https://www.accenture.com>
10. McKinsey & Company. How digital transformation is shaping the future of business. URL: <https://www.mckinsey.com>