



# Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Журнал

**№ 4**  
спецвипуск  
грудень 2025

***VI Всеукраїнська науково-практична конференція докторантів,  
молодих учених та студентів «Розвиток європейського простору очима молоді:  
економічні, соціальні та правові аспекти»***



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**Молодіжний економічний вісник  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

№ 4  
спецвипуск  
грудень 2025  
Журнал

**VI Всеукраїнська науково-практична конференція докторантів,  
молодих учених та студентів «Розвиток європейського простору очима молоді:  
економічні, соціальні та правові аспекти»**

Виходить щоквартально

**Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця.  
Видавець – ФОП Стожук А. П.**

**Затверджено на засіданні  
вченої ради університету  
Протокол № 10 від 23.12.2025 р.**

**Ідентифікатор медіа: R30-02756  
(рішення Національної ради України  
з питань телебачення і радіомовлення  
№ 685, протокол № 9 від 7 березня 2024 року).**

Періодичність – щоквартально.  
Мова видання – українська, англійська, французька, німецька.

**Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради.**

**Редакційна колегія**

**Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ імені Семена Кузнеця (головний редактор)**

**Бриль М. С.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Малярець Л. М.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Власенко Т. А.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Назарова Г. В.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Вовк В. А.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Пушкар О. І.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Гриневич Л. В.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Тищенко В. Ф.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Журавльова І. В.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Чернишов В. В.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Яценко Р. М.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Ястремська О. М.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Поштова адреса засновника:**

61165, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, **Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, 2025



є універсальними та можуть бути адаптовані іншими учасниками ринку для оптимізації витрат і збереження кадрового потенціалу в умовах нестабільності. Результати роботи створюють підґрунтя для підвищення конкурентоспроможності українських IT-підприємств завдяки впровадженню адаптивних механізмів управління ресурсами.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Шталь Т. В.

---

**Література:** **1.** Axelos. ITIL Foundation: ITIL 4 Edition. London : The Stationery Office, 2019. 218 p. **2.** Acosta A. F., Espinosa J. E., Espinosa J. Application of the scrum software methodology for extending simulation of urban mobility (SUMO) tools. *Simulating Urban Traffic Scenarios*. Cham : Springer International Publishing, 2019. P. 3–15. **3.** Dingsøyr T., Moe N. B., Fægri T. E., Seim E. A. Exploring software development at the very large-scale: a revelatory case study and research agenda for agile method adaptation. *Empirical Software Engineering*. 2018. Vol. 23. No. 1. P. 490–520. DOI: 10.1007/s10664-017-9524-2. **4.** Momeni F., Martinsuo M. Remote collaboration in knowledge-intensive service networks. *Journal of Service Theory and Practice*. 2018. Vol. 28, No. 1. P. 76–98. **5.** Arumugam C., Vaidyanathan S. Agile team measurement to review the performance in global software development. *Crowdsourcing and probabilistic decision-making in software engineering: emerging research and opportunities*. Hershey, PA : IGI Global, 2020. P. 81–93.

Стаття надійшла до редакції 29.11.2025 р.



## ВПЛИВ ІВЕНТ-АГЕНТСТВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.845.2

Кінас І. О.

Канд. екон. наук, доцент кафедри креативного менеджменту і дизайну ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Верменик О. Є.

Здобувач вищої освіти  
другого (магістерського) рівня 2-го року навчання  
ННІ менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Анотація.** У дослідженні проведено аналіз понять «ярмарок» і «виставка». Представлено учасників виставкового бізнесу. Сформульовано мету, цілі та завдання, пов'язані з організацією та проведенням виставок. Розглянуто вплив івент-агенцій у діяльності щодо участі у виставках і ярмарках.

**Ключові слова:** подія, івент, івент-менеджмент, виставка, ярмарок, захід, виставкова діяльність.



**Annotation.** The study analyzed the concepts of «fair» and «exhibition». Participants in the exhibition business were presented. The goal, objectives and tasks related to the organization and holding of exhibitions were formulated. The influence of event agencies in the activities of participation in exhibitions and fairs was considered.

**Keywords:** event, event management, exhibition, fair, event, exhibition activity.





У сучасних умовах розвитку комунікаційного ринку виставкова діяльність стає важливим інструментом формування репутації, презентації нових продуктів, налагодження партнерських зв'язків та посилення конкурентоспроможності організацій. Ефективність участі у виставках значною мірою залежить від професійного підходу до планування, організації та управління подією, що зумовлює зростання ролі івент-агенцій як спеціалізованих структур, відповідальних за комплексну реалізацію виставкових проєктів. Івент-агенції виконують функцію стратегічного партнера, інтегруючи виставкову активність у ширший контекст маркетингової та комунікаційної політики організації. Їхня діяльність охоплює стратегічне планування участі у виставці, аналіз цільової аудиторії, визначення ключових повідомлень і створення відповідної комунікаційної концепції. Такий підхід забезпечує узгодженість виставкового проєкту з цілями бренду та сприяє підвищенню ефективності комунікаційної взаємодії з потенційними партнерами й клієнтами.

Івент-агенції відіграють важливу роль у виставковій діяльності, і їх внесок в організацію та успішний перебіг виставок і подій надзвичайно значущий. На рис. 1 наведено функції івент-агенції у виставковій діяльності.

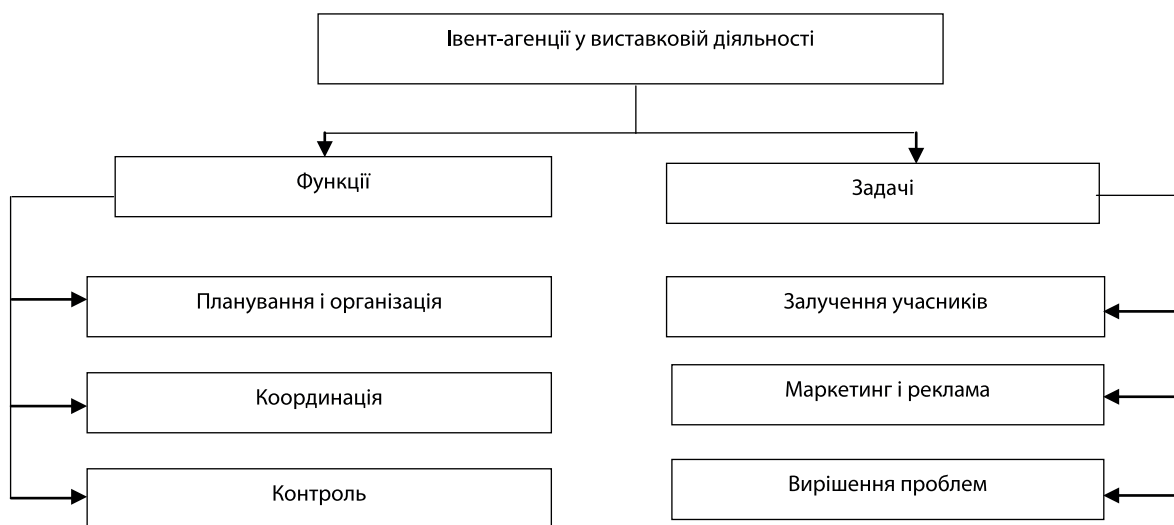


Рис. 1. Вплив івент-агенції на виставкову діяльність організації

Важливою складовою роботи івент-агенцій є креативне концептування та розробка дизайну експозиції. Саме агенції забезпечують створення цілісних візуальних і просторових рішень, які відображають ціннісну пропозицію організації, забезпечують її впізнаваність і вирізняють серед конкурентів. Завдяки професійному дизайну стендів, інтерактивних зон, мультимедійних матеріалів і спеціальних ефектів івент-агенції формують у відвідувачів позитивний емоційний досвід, що сприяє зміцненню бренду та підвищенню зацікавленості цільової аудиторії.

Організаційно-логістичний компонент також становить суттєву частину роботи івент-команд. Івент-агенції забезпечують підготовку необхідної документації, координацію технічних підрядників, контроль монтажу й демонтажу експозиції, логістику експонатів і налагодження роботи технічних систем. Це знижує операційні ризики, мінімізує помилки та дає можливість організації зосередитися на змістовних аспектах участі у виставці. У день проведення заходу агенції здійснюють менеджмент на локації, забезпечуючи безперебійну роботу всіх елементів експозиції, підтримку персоналу та оперативне вирішення непередбачених ситуацій.

Окреме значення має комунікаційна підтримка виставкових активностей. Івент-агенції розробляють інформаційні приводи, готують медіаматеріали, працюють із журналістами, партнерами та лідерами думок, що підвищує медіаохоплення проєкту та забезпечує його присутність у публічному просторі. Соціальні мережі, відеопродакшен, фотозвіти та контент у режимі реального часу підсилюють ефект виставки та сприяють формуванню довготривалого інформаційного резонансу.

Після завершення виставки івент-агенції здійснюють аналіз ефективності участі, що включає оцінку кількості контактів, рівня залученості аудиторії, результатів комунікаційних активностей та індикаторів окупності інвестицій. Така аналітика дозволяє організації вдосконалювати стратегію участі у майбутніх виставкових подіях і структуровано планувати розвиток бренду в комунікаційному просторі.

Таким чином, івент-агенції відіграють комплексну роль у виставковій діяльності організації, забезпечуючи її стратегічну узгодженість, креативну виразність, технічну бездоганність і комунікаційну результативність. Їхня діяльність сприяє підвищенню ефективності брендової взаємодії, формуванню позитивного



іміджу та зміцненню позицій організації на ринку, що підтверджує значення івент-індустрії як важливого елемента сучасної маркетингової та репутаційної інфраструктури.

**Література:** 1. Виставкова Федерація України. URL: <https://www.expo.org.ua/ua/>. 2. Ткаченко Т. І., Дупляк Т. П. Виставковий бізнес : монографія. Київ : КНТЕУ, 2016. 244 с. 3. Божкова В. В., Чикалова А. С. Виставкова діяльність як ефективний інструмент просування промислової продукції на нові ринки збуту. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 11–19. 4. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 № 1065. *Урядовий кур'єр*. 2007. № 162. 5. AUMA. URL: <http://www.auma.de>. 6. Немашкало К. Р., Томанек М. Основні підходи до класифікації заходів івент-менеджменту // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 бер. 2019 р. Харків : ФОП Панов А. М., 2019. С. 240–242.

Стаття надійшла до редакції 14.11.2025 р.



## ОЦІНЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Кічіков К. В.

Здобувач вищої освіти  
другого (магістерського) рівня 2-го року навчання  
ННІ економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

**Анотація.** У роботі проаналізовано динаміку оборотних активів підприємства та здійснено прогнозування їх ключових показників з використанням методів трендового моделювання та табличного прогнозування. Визначено напрями вдосконалення управління оборотними активами й окреслено перспективи подальших досліджень.

**Ключові слова:** оборотні активи, прогнозування, трендове моделювання, фінансовий аналіз, ефективність управління.



**Annotation.** The study analyzes the dynamics of a company's current assets and forecasts key indicators using trend modeling and spreadsheet forecasting tools. The research identifies directions for improving current asset management and outlines areas for further investigation.

**Keywords:** current assets, forecasting, trend modeling, financial analysis, management efficiency.



**Актуальність теми.** Раціональне управління оборотними активами є критично важливим для забезпечення ліквідності, платоспроможності та операційної ефективності підприємства. Нестабільність економічного середовища зумовлює необхідність прогнозування ключових показників оборотних активів для підвищення обґрунтованості управлінських рішень і мінімізації ризиків діяльності підприємства.