



150 років зростання:
мудрість традицій,
сміливість інновацій



ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича



СТАЛІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ДРАЙВЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

27 лютого 2026 року

5. Сичевський М. П., Дейнеко Л. В., Шелудько Е. І. Подвійний перехід в харчовій промисловості: світовий досвід та впровадження в Україні. *Продовольчі ресурси*. 2025. № 25. Т. 13. С. 258-273.

6. Окландер М. А. Використання штучного інтелекту у персоналізації комунікацій на сайті. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-55> (дата звернення: 15.02.2026).

7. Штучний інтелект у дизайні упаковки: інтелектуальний дизайн для сталого розвитку комунікації бренду. 2025. URL: <https://www.berger.team/uk/kuenstliche-intelligenz/ki-im-packaging-design-intelligente-gestaltung-fuer-nachhaltige-markenkommunikation/> (дата звернення: 15.02.2026).

УДК 338.45:004.738.5

Serhii SERHIICHUK, PhD in Economics, Associate Professor,
Admiral Makarov National University of Shipbuilding
Mykolaiv

DIGITAL TRANSFORMATION AS A DRIVER OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT INTEGRATION IN SMEs

Introduction. The current stage of global economic development is characterized by simultaneous intensification of digital transformations and growing demands for business sustainability. Small and medium-sized businesses, which play a key role in shaping employment, innovation, and economic dynamics, face a double challenge: the need for digital modernization and the integration of environmental and social principles into their business models. Digital transformation is no longer seen solely as a technological process – it is becoming strategic in nature and defining new mechanisms for value creation, resource management, and stakeholder engagement.

At the same time, the concept of sustainable development is gradually transforming from a global regulatory framework into an applied tool for strategic enterprise management. The integration of the principles of economic efficiency, environmental balance, and social responsibility requires a systematic approach, especially in the digital economy, where data, digital platforms, and automated solutions are shaping a new architecture of business processes. In this context, digital transformation is not only a tool for increasing competitiveness, but also a structural driver for integrating the principles of sustainable development into the activities of SMEs.

Discussion. Digital transformation is significantly changing the logic of small and medium-sized enterprises, transforming traditional value chains and promoting the transition to service-oriented business models. The use of digital

platforms, cloud technologies, automated management systems, and data analytics allows enterprises to optimize operational processes, reduce transaction costs, and increase transparency. In such an environment, the integration of sustainable development principles ceases to be a declarative element of corporate policy and becomes a strategic management tool that directly affects the efficient use of resources and the formation of competitive advantages.

The development of information and communication technologies and the digitization of business processes contribute to the comprehensive implementation of the Sustainable Development Goals by increasing efficiency, accelerating innovation processes, developing social services, and expanding access to knowledge. This means that digital technologies not only automate operations, but also integrate with the social and environmental components of sustainable development as a tool that helps achieve the relevant goals [1].

Digital technologies create the conditions for environmental monitoring, resource consumption control, carbon footprint assessment, and improved corporate reporting. At the same time, digitalization increases the requirements for managerial competencies, organizational flexibility, and institutional capacity of enterprises, which necessitates the formation of an integrated model of sustainable development based on a combination of technological innovations and long-term business value orientations.

Findings. The following conclusions were drawn as a result of the research:

1. Digital transformation acts as a systemic driver for the integration of sustainable development principles into the activities of SMEs, as it provides a technological basis for combining economic efficiency, environmental responsibility and social orientation of business.

2. The integration of sustainable development principles is appropriately considered as a continuous process of transforming the business model of an enterprise, and not as a separate stage of implementation or adaptation of environmental or social practices.

3. Digital platforms, business process automation and data analytics contribute to reducing transaction costs, increasing transparency of activities and forming environmental monitoring tools, which creates the prerequisites for the practical implementation of ESG-oriented approaches.

4. The transformation of value chains in the context of digitalization determines the transition from product-oriented to service-oriented models of SME functioning, which expands opportunities for forming long-term relationships with customers and increasing the social responsibility of business.

5. A comprehensive combination of digital management tools and sustainable development principles creates the prerequisites for increasing the competitiveness of SMEs in the digital economy and ensures their long-term sustainability in conditions of growing market and regulatory uncertainty.

Conclusion and Future Research. «Digital transformation improves the operational efficiency and perceptual capabilities of businesses and creates a foundation for fulfilling ESG responsibilities» [2].

Digital transformation for SMEs is not an auxiliary tool, but a structural factor in the transformation of the business model, which changes the mechanism of value creation, increases management efficiency and creates the prerequisites for environmentally and socially responsible operation of the enterprise. It combines economic feasibility, technological innovation and the potential for sustainable development.

The activation of the processes of digitalization of the economy leads to a deep transformation of the functioning of SMEs, changing the structure of business processes, mechanisms for creating added value and the nature of interaction with stakeholders. In the context of digital transformation, the implementation of modern information and communication technologies ceases to be just a tool for increasing operational efficiency and acquires strategic importance as a factor in ensuring long-term competitiveness.

At the same time, digital technologies significantly affect all components of sustainable development of enterprises – economic, environmental and social. On the one hand, digitalization contributes to the optimization of resource use, increased transparency of management, reduction of transaction costs and expansion of market opportunities. On the other hand, it generates new risks associated with cybersecurity, technological dependence, digital inequality and increased energy consumption of digital infrastructure. Thus, assessing the impact of digital technologies on the components of sustainable development of SMEs requires a systemic approach that takes into account both the positive effects of digital transformation and potential limitations of its implementation.

Further research should be directed at developing methodological approaches to assessing the level of integration of sustainable development principles in digitalized SMEs, forming a system of quantitative indicators of digital sustainable development and modeling the impact of digital platforms on the achievement of ESG goals of enterprises. It is also promising to analyze the industry specifics of integration processes, develop mechanisms for state support for the digital orientation of sustainable entrepreneurship and study institutional barriers that hinder the comprehensive integration of sustainable development principles in the digital economy.

References:

1. Stryshchuk, Y., Krasnova, I., Khodakevych, S., Metzger, Y., Stryzhak, A., & Dubas, A. (2024). Sustainable development determinants in the context of digital transformation. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 3(56), 293–307. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.56.2024.4367>
2. Zhang, L., Ye, Y., Meng, Z., Ma, N., & Wu, C. (2024). Enterprise digital transformation, dynamic capabilities, and ESG performance: Based on data from listed Chinese companies. *Journal of Global Information Management*, 32(1), 1–20. <https://doi.org/10.4018/JGIM.335905>



ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА
КАФЕДРА БІЗНЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

СТАЛІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ДРАЙВЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

27 лютого 2026 року



Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
2026

УДК 330.341:658

С 76

*Друкується за ухвалою Вченої ради економічного факультету
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
(протоколу № 9 від 18 березня 2026 р.)*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Водянка Л.Д., кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Гуменюк М.М., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Bordean Ovidiu, PhD., Associate Professor, Faculty of Economics and Business Administration Department of Management, Babes-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania.

Лисак В.Ю., кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка.

Khabyuk Olexiy, Dr., Professor, Faculty of Business Studies Professorship in Business Administration, with a focus on Communication and Multimedia, Hochschule Düsseldorf – University of Applied Sciences, Germany.

Шинкарук Л.В., доктор економічних наук, професор, професор кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту, Національний університет біоресурсів і природокористування України.

Ermann Olga Nicole, Dr., Associate Professor, Nord University Business School and BI Norwegian Business School, Norway.

Корнієнко О.П., кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та цифрового бізнесу, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова.

Renata Marks-Bielska, Dr. habil., Professor, Department of Economic Policy, Faculty of Economic Science, University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland.

Винничук Р.О., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту персоналу та адміністрування, Національний університет «Львівська політехніка».

Laure de Batz, Ph.D., Department of International Business Faculty of International Relations Prague University of Economics and Business.

Max Lurya, Co-founder of Lurya Kukuruza Consultancy Services LLC.

Мережко В.М., к.е.н., заслужений економіст України, голова ГО «Вінницький бізнес клуб».

Кифяк В.І., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Філіпчук Н.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Стахова Н.П., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Тодорюк С.І., кандидат економічних наук, доцент, асистент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Мудряк Д.Л., асистент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

С 76

Сталі бізнес-моделі як драйвер трансформації інституційного середовища розвитку підприємництва : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці, 27 лютого 2026 р.).
Чернівці: Чернівецьк. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. 488 с.

ISBN 978-617-8703-66-0

У матеріалах конференції представлені результати дослідження, присвячені розв'язанню проблем інституційної трансформації бізнес-середовища через призму цілей сталого розвитку та відповідального підприємництва.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів та усіх, хто цікавиться проблемами формування сталих бізнес-моделей розвитку підприємництва.

Представлені матеріали відображають власну наукову позицію авторів та публікуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність змісту тез доповідей несуть автори.

УДК 330.341:658

ISBN 978-617-8703-66-0

© Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, 2026

© Колектив авторів, 2026

Любов ПОПОВА	
Детермінанти цифровізації та їх вплив на розвиток ринку страхових послуг.....	357
Галина ПОЧЕНЧУК	
Цифровий менеджмент в забезпеченні бізнес-процесів малого бізнесу.....	359
Petro PORCHUK	
Digitalization as a tool for activating entrepreneurial activity.....	362
Оксана ПРОСКУРОВИЧ	
Цифрові інструменти аналізу ефективності використання персоналу.....	364
Дмитро САД, Сергій НЕІЛЕНКО	
Цифрові інструменти управління ресторанним підприємством як чинник формування сталих бізнес-моделей.....	366
Сяохан СЕ, Алла РЯБЧИК	
Модель «Direct-to-Consumer» у стратегії китайських чаєвиробних компаній на українському ринку.....	368
Serhii SERHIIICHUK	
Digital transformation as a driver of sustainable development integration in SMEs.....	371
Оксана ЯСКАЛ	
Економічний потенціал та вектор розвитку ШІ-бізнесу.....	374

СЕКЦІЯ 5.

МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Олена БАРИЛОВИЧ	
Еколого-відповідальний маркетинг як інструмент забезпечення сталого розвитку підприємства аграрної сфери.....	378
Іван БЛАГУН, Андрій БОДНАРУК	
Роль цифрових інструментів у просуванні стратегій сталого маркетингу.....	380
Ірина ГАВРИШ, Тетяна ЮРІЙ	
SMM-стратегія як драйвер трансформації цифрових бізнес-моделей футбольних клубів.....	383
Анатолій ГАЛІН	
Імплементация CRM-системи як інструмент синхронізації виробництва та стратегій продажів.....	385
Тетяна ГОРДІЦА, Сергій ВОЛОШИН	
Парадигма маркетингу сталого розвитку як етап еволюції управлінських концепцій у діяльності підприємств.....	387
Ольга ЗВЯГІНЦЕВА, Владислав ТИМЧЕНКО	
Комерційна діяльність підприємства гуртової торгівлі в системі сталого розвитку.....	390
Ірина ЗРИБНЄВА, Богдан ЛУКАВЕЦЬКИЙ	
Ключові тенденції розвитку ринку житлового будівництва України в умовах трансформації...	393
Оксана КОРНІЄНКО	
Еволюція концепцій цифрового маркетингу: від інтернет-маркетингу до омніканальної стратегії.....	395
Віктор НИЖНИК, Ольга ГРОМОВА, Анна ШЕВЧУК	
Дослідження споживчої поведінки до організації роздрібної торгівлі.....	398
Вадим ПОЛОВИНЧЕНКО, Алла РЯБЧИК	
Маркетингові інструменти розвитку альтернативної енергетики в Україні в умовах сталого розвитку.....	401
Юрій ЧАПЛІНСЬКИЙ, Катерина ЧАПЛІНСЬКА	
Маркетингове ціноутворення в умовах сталого розвитку.....	404

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**СТАЛІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ДРАЙВЕР
ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНОГО
СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Відповідальні за випуск: *Л.Д. Водянка, М.М. Гуменюк*

Комп'ютерна верстка *М.М. Гуменюк*

Підписано до друку 30.03.2026. Формат 60×84/16.

Електронне видання.

Ум.-друк. арк. 26,7. Обл.-вид. арк. 28,7. Зам.Н-032.

Видавництво Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
58002, м. Чернівці, вул. Коцюбинського, 2
e-mail: ruta@chnu.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 891 від 08.04.2002 р.