

# ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: НОВІ ВИМІРИ У ВОЄННИЙ ЧАС

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

2



## ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: НОВІ ВИМІРИ У ВОЄННИЙ ЧАС

МАТЕРІАЛИ  
Міжнародної науково-практичної конференції

*Одеса, 16 травня 2025 року*

Том 2

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Одеська юридична академія»

# **ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: НОВІ ВИМІРИ У ВОЄННИЙ ЧАС**

**МАТЕРІАЛИ**  
Міжнародної науково-практичної конференції

*Одеса, 16 травня 2025 року*

Том 2

Одеса  
2025

УДК 005.332.2(4):316.42(477)“364”“20”(062.552)  
Є 24

*Рекомендовано до друку вченою радою  
Національного університету «Одеська юридична академія»  
(протокол № 8 від 16.05.2025 р.)*

За загальною редакцією **С. В. Ківалова**

Є 24      **Європейські орієнтири розвитку України: нові виміри у воєнний час** : у 2 т. : матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (Одеса, 16 травня 2025 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. – Одеса : Фенікс, 2025. – Т. 2. – 716 с.  
ISBN 978-617-8430-61-0

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Європейські орієнтири України: нові виміри у воєнний час» містять результати наукових досліджень і практичних напрацювань вчених, фахівців і військовослужбовців, здійснені в умовах повномасштабної війни. У збірнику представлено як теоретичні, так і емпіричні дослідження у галузях філософії, загальної теорії держави і права, історії права, сучасних соціально-політичних процесів, соціології та психології.

Особливу увагу приділено аналізу загроз національній безпеці в конституційному, міжнародному та європейському правовому контекстах, а також питанням трудового, соціального, земельного, аграрного та екологічного права. Окремі розділи присвячено функціонуванню економіки та підприємництва в умовах євроінтеграції.

У збірнику також розглянуто проблематику цифрової трансформації, захисту інформації та кібербезпеки в умовах воєнного часу, методику викладання іноземних мов, перекладознавство, лінгвістику і журналістику. Висвітлено наукові здобутки в адміністративному, фінансовому, морському та митному праві, реформуванні судової системи, діяльності прокуратури, правоохоронних органів та адвокатури. Окремо проаналізовано питання кримінального права, кримінального процесу, кримінології, криміналістики, судової експертизи, медико-психологічного забезпечення правосуддя, а також аспекти цивільного, сімейного, господарського права, інтелектуальної власності та патентного судочинства. Розглянуто також актуальні питання діяльності бібліотек у закладах вищої освіти та фізичної підготовки здобувачів вищої освіти.

Збірник адресовано науковцям, викладачам, здобувачам вищої освіти, а також практикам у галузях права, економіки, соціології, політології, психології, філології, журналістики та кібербезпеки.

УДК 005.332.2(4):316.42(477)“364”“20”(062.552)

Відповідальний за випуск **М. Р. Аракелян**

ISBN 978-617-8430-61-0

© НУ «Одеська юридична академія, 2025  
© Автори статей, 2025

|                                                                                                                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Татьянчиков Андрій Олександрович</b><br>ПСИХОЛОГІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВИНИКНЕННЯ ПСИХОСОМАТИЧНИХ РОЗЛАДІВ ПІД ЧАС<br>ВІЙНИ .....                                                            | 434 |
| <b>Ташилатов Вячеслав Абдуллайович</b><br>РОДИНА ЯК СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ В КРИЗОВИХ УМОВАХ .....                                                                                          | 437 |
| <b>Третьякова Тетяна Миколаївна</b><br>ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРУ В БІЗНЕС-УПРАВЛІННІ .....                                                                                 | 440 |
| <b>Шмаленко Юлія Іванівна</b><br>ПСИХОТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ<br>ПІДТРИМКИ МОЛОДІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....                                     | 442 |
| <b>Папінян Вікторія Валентинівна</b><br>ВПЛИВ ДИСТРЕСУ НА КОГНІТИВНІ ФУНКЦІЇ ЛЮДИНИ ПРИ ПРИЙНЯТТІ РІШЕННЯ .....                                                                         | 444 |
| <b>СЕКЦІЯ 21. ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ,<br/>ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННА ВІДБУДОВА УКРАЇНИ</b>                                                                 |     |
| <b>Кібік Ольга Миколаївна</b><br>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В ПРОЦЕСІ<br>БЕЗПЕЧНОГО СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ .....                                            | 448 |
| <b>Слободянюк Ольга Василівна</b><br>ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ВІДБУДОВИ УКРАЇНСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ<br>ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ .....                      | 451 |
| <b>Котлубай Вячеслав Олексійович</b><br>ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА<br>ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....                                             | 453 |
| <b>Редіна Євгенія Валентинівна</b><br>КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ДРАЙВЕР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ В УМОВАХ<br>ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНИ .....                                     | 456 |
| <b>Примаченко Іван Федорович</b><br>СИНЕРГІЯ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ЙМОВІРНІ СЦЕНАРІЇ ПІСЛЯ ПРИПИНЕННЯ<br>ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В НАЙБЛИЖЧОМУ МАЙБУТНЬОМУ ..... | 460 |
| <b>Корнілова Олеся Володимирівна</b><br>ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ..                                                                         | 463 |
| <b>Калмикова Наталя Юріївна</b><br>ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ .....                                                                               | 466 |
| <b>Кузнецова Людмила Валентинівна</b><br>ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ТІНЬОВОМУ СЕКТОРУ<br>В УМОВАХ ВІЙНИ .....                                                      | 469 |
| <b>Сіянюк Павло Віталійович</b><br>ПЕРЕДУМОВИ ПОСИЛЕННЯ РОЛІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ<br>СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....                                                          | 472 |
| <b>Крейтор Сергій Юрійович</b><br>ПЕРЕДУМОВИ ТА БАР'ЄРИ ІНТЕГРАЦІЇ ІННОВАЦІЙ У ФІНАНСОВІ УСТАНОВИ. ....                                                                                 | 475 |
| <b>Візіренко Світлана Вікторівна</b><br>РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПІДТРИМЦІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В<br>УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ .....               | 477 |
| <b>Тищенко Ірина Валеріївна</b><br>ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....                                                                                   | 480 |
| <b>Razinkin Nikita</b><br>INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES AND LOGISTICS SOLUTIONS FOR THE DEVELOPMENT<br>OF THE ELECTRIC VEHICLE MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL ADAPTATION .....      | 483 |

## **INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES AND LOGISTICS SOLUTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE ELECTRIC VEHICLE MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL ADAPTATION**

The global transition toward sustainable transportation has elevated electric vehicles to a pivotal role in reshaping economic systems, environmental policies, and consumer behaviors. This shift, propelled by the urgent need to reduce carbon emissions and advancements in battery technology, demands a reevaluation of traditional approaches to market development. Specifically, the integration of innovative marketing strategies and logistics solutions has become essential to overcome barriers to EV adoption and ensure the sector's scalability. In an era defined by digital adaptation—where technologies such as artificial intelligence, big data analytics, and the Internet of Things) are transforming industries—the EV market stands at a crossroads [1]. This paper examines the theoretical underpinnings and practical implications of leveraging digital tools to enhance marketing and logistics frameworks, fostering the growth of the EV market in both developed and emerging economies.

Theoretically, marketing in the context of EVs draws from the principles of behavioral economics and consumer psychology. Traditional models of consumer decision-making, such as the Theory of Planned Behavior, suggest that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control influence purchasing intentions. For EVs, these factors are complicated by high initial costs, range anxiety, and unfamiliarity with the technology. Digital marketing strategies offer a means to address these challenges by shifting from broad, generic campaigns to targeted, data-driven interventions [2]. The advent of AI-powered analytics allows firms to segment markets with unprecedented precision, tailoring messages to individual preferences—whether environmental consciousness, economic savings, or technological appeal. Furthermore, the diffusion of innovations theory, proposed by E. Rogers, provides a lens through which to understand EV adoption. Early adopters, often tech-savvy and environmentally motivated, can be reached through digital channels like social media, where influencer endorsements and interactive content amplify awareness. Gamification, a relatively nascent marketing tool, introduces an additional layer of engagement by embedding game-like elements—such as rewards for test drives or virtual leaderboards for sustainable driving—into campaigns, aligning with the hedonic motivations of modern consumers.

Logistics, on the other hand, is grounded in supply chain management theory and systems thinking, which emphasize the optimization of interconnected processes. For EVs, logistics extends beyond vehicle distribution to include the deployment of charging infrastructure, battery production, and end-of-life recycling. The complexity of this ecosystem necessitates digital solutions to ensure efficiency and resilience. IoT-enabled

smart grids, for instance, exemplify how real-time data can balance electricity demand and supply, mitigating the strain on energy networks as EV usage grows. Similarly, blockchain technology offers a theoretical framework for enhancing supply chain transparency, ensuring ethical sourcing of materials like lithium and cobalt, which are critical to battery manufacturing [3]. From a logistics perspective, the concept of “last-mile delivery” takes on new meaning in the EV context, as it applies not only to vehicle distribution but also to the accessibility of charging points. Theoretical models of network optimization, such as the hub-and-spoke system, can guide the strategic placement of charging stations, reducing consumer inconvenience and supporting urban mobility.

The synergy between marketing and logistics in the digital era is where the true potential for EV market development lies. Digital adaptation facilitates a feedback loop wherein consumer data informs logistical planning, and infrastructure improvements, in turn, bolster marketing narratives. For example, predictive analytics—a cornerstone of modern marketing—can forecast regional EV demand, enabling logistics providers to prioritize infrastructure investments in high-potential areas. This data-driven approach aligns with the resource-based view of the firm, which posits that competitive advantage stems from the effective deployment of unique resources, such as technological capabilities. Digital twins, virtual simulations of physical systems, further enhance this integration by allowing firms to model logistics networks and test marketing scenarios in a risk-free environment. Such tools can optimize delivery routes for EV components or simulate consumer responses to new charging station locations, minimizing costs and maximizing impact.

Despite these opportunities, the EV market faces theoretical and practical challenges that digital adaptation alone cannot fully resolve. Transaction cost economics highlights the high upfront investments required for infrastructure development, which may deter stakeholders in resource-constrained markets like Ukraine. Moreover, cybersecurity risks, a byproduct of digital reliance, threaten both consumer trust and operational stability, necessitating robust safeguards. In emerging economies, where economic volatility and dependence on imported technologies prevail, the adoption of EVs requires a multi-stakeholder approach. Government policies, such as subsidies or tax incentives, can lower entry barriers, while private-sector innovation drives technological progress. Consumer education, facilitated through digital platforms, remains critical to shifting perceptions and building demand [4].

Looking forward, the EV market's trajectory will be shaped by ongoing digital evolution. Emerging technologies like 5G connectivity and autonomous driving introduce new theoretical dimensions to marketing and logistics. From a marketing perspective, autonomous EVs could be positioned as a premium offering, appealing to consumers' desire for convenience and status, while logistics providers might leverage self-driving fleets to reduce operational overheads. The circular economy framework also gains relevance as battery recycling becomes a priority, requiring logistics systems to close the loop on resource use and marketing campaigns to emphasize sustainability as a brand value.

In the context of Ukraine, the interplay of digital marketing and logistics takes on unique significance given the country's economic landscape and geopolitical challenges. With a growing interest in sustainable transportation, driven by both environmental aspirations and energy independence goals, Ukraine presents a fertile ground for EV market expansion. Digital platforms can play a pivotal role in overcoming local barriers, such as limited consumer awareness and underdeveloped charging infrastructure, by deploying targeted campaigns that highlight government incentives and showcase real-time maps of charging station availability. Logistically, partnerships between local governments and private firms, supported by IoT-driven data analytics, could optimize the rollout of charging networks in urban centers like Kyiv and Lviv, where demand is rising. By leveraging digital adaptation to bridge these gaps, Ukraine can position itself as an emerging player in the EV ecosystem, balancing economic recovery with sustainable development.

In conclusion, the development of the EV market hinges on the strategic interplay of innovative marketing and logistics solutions, underpinned by digital adaptation. Theoretically rooted in consumer behavior, supply chain optimization, and resource management, these approaches offer a blueprint for overcoming adoption barriers and capitalizing on the global shift toward sustainability. In markets like Ukraine, where the EV sector is poised for growth, digital tools provide a scalable means to engage consumers, streamline operations, and align economic incentives with environmental goals. As digital technologies continue to evolve, they will redefine the boundaries of what is possible, positioning the EV industry as a leader in the transition to a low-carbon future.

#### References:

1. Prihatini E. S., Ghandy A., Hilman I. The Importance of Innovation and Response to Consumer Preferences in Marketing Strategy. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 2024. № 12 (6). P. 2729–2738.
2. Wei S., Xu H. Zheng S., Chen J. Research on the Impact of New Energy Vehicle Companies' Marketing Strategies on Consumers' Purchase Intention. *Sustainability*. 2024. № 16(10).
3. Rehman A. U., Shakeel Sadiq Jajja M. Strategic adaptation in the electric vehicle supply chain: navigating transformative trends in the automobile industry. *Journal of Enterprise Information Management*. 2025. Vol. 38 No. 3. P. 745-767. URL: <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2024-0554>.
4. Mohammed A. Electric vehicles (EV) and sustainability: Consumer response to twin transition, the role of e-businesses and digital marketing. *Technology in Society*. 2022. Vol. 71. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X22002767> (Accessed: 01.02.2025).

**Ключові слова:** електромобілі, цифрова адаптація, маркетингові стратегії, логістичні рішення, сталий розвиток.

**Keywords:** electric vehicles, digital adaptation, marketing strategies, logistics solutions, sustainability.