



**Заклад вищої освіти «Університет трансформації майбутнього»
Державна наукова установа «Інститут модернізації змісту освіти»**

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
22-23 травня 2025р**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:
РЕГІОНАЛЬНИЙ, МІЖНАРОДНИЙ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ**



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

ЧЕРНІГІВ 2025

УДК 35.072:352.075:327:339.9

Актуальні питання управління та адміністрування: регіональний, міжнародний та глобалізаційний аспекти: Збірник тез міжнародної науково-практичної конференції (22-23 травня 2025 р.). Під загальною редакцією доктора економічних наук Дуки Анастасії Петрівни, доктора економічних наук Філіпової Наталії Володимирівни. Чернігів : ЗВО «Університет трансформації майбутнього», 2025. 158 с.

ISBN 978-617-95507-1-3

DOI: https://doi.org/10.54929/conf_uft_23_05_25

У збірнику представлено наукові праці учасників міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання управління та адміністрування: регіональний, міжнародний та глобалізаційний аспекти».

До збірника увійшли тези доповідей учасників, що відображають результати їх наукових досліджень проблем управління та адміністрування. Збірник розраховано на науковців, викладачів, практичних працівників, студентів, а також широке коло читачів, які цікавляться проблематикою управління та адміністрування.

Матеріали подаються в редакції авторів. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв та інших відомостей несуть автори.

ISBN 978-617-95507-1-3

© ЗВО «Університет трансформації майбутнього», 2025

© Автори, текст, 2025

Сокол М.Ю. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ВИКОНАВЧОГО ПРОВАДЖЕННЯ.....	120
Терент'єва А.В. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В БЕЗПЕКОВІЙ СФЕРІ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	122
Чеховський Андрій АНАЛІЗ ЗАГРОЗ ДЛЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ ГЛОБАЛЬНОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ	125
Шарапов О. М. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	127
Шкребтієнко В. М. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я.....	129

СЕКЦІЯ 5. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ У МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЛІДЕРСТВІ.

Голуб В.Л. Голуб Н.Є. ЗАСТОСУВАННЯ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ПІДХОДУ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНО СВІДОМОЇ ОСОБИСТОСТІ.....	132
Черняхівська Вікторія ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ТА ІНКЛЮЗІЯ У ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС: ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ТА ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ.....	135

СЕКЦІЯ 6. ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.

Гаценко О. О., МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	138
Клименко Т. В. СТРАХУВАННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	139
Романенко С.В. ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	142

СЕКЦІЯ 7. НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.

Белінська О. Б. ЛІДЕРСТВО В МЕДИЧНОМУ ТУРИЗМІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я.....	144
Застьола Є. О. Сергієнко О. А. РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ КРИПТОВАЛЮТ У НАЦІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ.....	146
Мекшун П. В. ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ БЕЗПРОВОДОВОГО ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ В УКРАЇНІ.....	148

СЕКЦІЯ 8. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БІЗНЕСУ.

Головчук Ю.О. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ.....	151
Марчук І.А. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	153
Рябов І. Б. ЦИФРОВІ МАРКЕТИНГОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ СЕРВІСІВ.....	154
Рябова Т. А. МІЖНАРОДНІ ПРАКТИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ ЧЕРЕЗ АДАПТИВНИЙ МАРКЕТИНГ.....	156
Старченко С.В. ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В СКЛАДСЬКІЙ ЛОГІСТИЦІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	159

УДК: 005.7:614.2

Марчук І.А.

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту,
Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова,
м. Вінниця, Україна
marchykivanna@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2877-3024*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.

Мотивація персоналу та забезпечення професійного розвитку в закладах охорони здоров'я є ключовими чинниками, що визначають якість надання медичних послуг і ефективність роботи установи. Мотивація - це цілеспрямований процес впливу на працівників з метою збільшення їхньої продуктивності, задоволення професійних потреб і досягнення стратегічних цілей медичного закладу. Вона включає як матеріальні стимули, такі як заробітна плата, премії та соціальні гарантії, так і нематеріальні - визнання, можливість професійного зростання, участь у прийнятті рішень і створення комфортних умов праці. Сучасні підходи до мотивації акцентують увагу на важливості нематеріальних факторів, які сприяють зниженню емоційного вигорання, підвищенню лояльності персоналу та формуванню позитивної корпоративної культури.

Професійний розвиток медичних працівників - це безперервний процес навчання, підвищення кваліфікації, участі у тренінгах, конференціях і стажуваннях, що забезпечує їхню конкурентоспроможність і адаптацію до сучасних вимог галузі. Впровадження інноваційних методів навчання, таких як онлайн-курси, симуляційні тренінги, дистанційне навчання, а також індивідуальні плани розвитку, наставництво і коучинг, сприяє формуванню професійної компетентності та мотивації до саморозвитку. Важливою складовою є також позитивна корпоративна культура, підтримка колег і керівництва, створення сприятливого психологічного клімату, що допомагає запобігати професійному вигоранню.

Управління мотивацією в медичних закладах потребує системного підходу, який включає аналіз потреб персоналу, розробку ефективних мотиваційних програм і регулярний моніторинг їхньої результативності. Важливо враховувати індивідуальні особливості працівників, їхні цінності та очікування, що дозволяє створити персоналізовані стимули. Крім того, сучасні дослідження підкреслюють роль лідерства і стилю управління у формуванні мотивації: відкритий, підтримуючий стиль керівництва сприяє залученню працівників і збільшенню їхньої відповідальності.

Для підвищення мотивації та розвитку персоналу рекомендується впроваджувати гнучкі системи преміювання, організовувати регулярні навчальні заходи, розвивати внутрішні комунікації, забезпечувати доступ до сучасних освітніх ресурсів і підтримувати ініціативи самонавчання. Важливо також створювати можливості для кар'єрного росту, що стимулює прагнення до професійного вдосконалення. Моніторинг задоволеності працівників і своєчасне реагування на їхні потреби є невід'ємною частиною ефективної мотиваційної політики.

Особливу увагу слід приділяти профілактиці професійного вигорання, яке є поширеною проблемою серед медичних працівників через високий рівень стресу і емоційного навантаження. Запровадження програм психологічної підтримки, тренінгів з управління стресом, а також створення умов для відпочинку і відновлення сприяють збереженню працездатності та мотивації персоналу.

Таким чином, мотивація персоналу та забезпечення професійного розвитку є взаємопов'язаними процесами, які сприяють підвищенню якості медичних послуг, задоволеності працівників і пацієнтів, а також сталому розвитку закладів охорони здоров'я. Комплексний

підхід до цих питань допомагає створити ефективну, мотивовану і професійно підготовлену команду, здатну відповідати на сучасні виклики медичної галузі та забезпечувати високий рівень медичної допомоги.

Список використаних джерел

1. Гончарук О. В. Мотивація персоналу в діяльності закладів охорони здоров'я : монографія / О. В. Гончарук. – Київ : НУБіП України, 2022. – 156 с.
2. Іваненко Т. М. Особливості мотивації та стимулювання персоналу в умовах пандемії COVID-19 / Т. М. Іваненко // Економіка харчової промисловості. – 2022. – Вип. 1. – С. 35–45.
3. Ковальчук Л. П. Управління персоналом в закладах охорони здоров'я : навч. посібник / Л. П. Ковальчук. – Львів : ЛНМУ, 2023. – 180 с.
4. Мотивація персоналу в закладах охорони здоров'я : методичні рекомендації / за ред. І. В. Петренко. – Харків : ХНМУ, 2022. – 48 с.
5. Сидоренко В. І. Професійний розвиток медичного персоналу : сучасні підходи / В. І. Сидоренко // Менеджмент та освіта. – 2023. – № 2. – С. 22–30.

УДК 339.138:004:656

Рябов І. Б.

*кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

ЦИФРОВІ МАРКЕТИНГОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ СЕРВІСІВ

Цифрова трансформація бізнес-процесів є невід'ємною складовою стратегій розвитку сучасних підприємств. Логістика, як одна з ключових функціональних сфер будь-якої компанії, зазнає суттєвих змін під впливом цифровізації. За даними дослідження McKinsey, 85% логістичних компаній з 2020 року прискорили цифрову трансформацію власних процесів, а 75% впровадили нові технологічні рішення для інтеграції з маркетинговими активностями [1].

В умовах посилення конкуренції та зростання вимог споживачів до швидкості та якості обслуговування, традиційне розмежування маркетингових та логістичних функцій стає застарілою моделлю управління. Натомість формується новий підхід, заснований на інтеграції цих процесів через цифрові маркетингові платформи, що забезпечує синергетичний ефект та створює додаткову цінність для клієнтів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю систематизації знань про можливості трансформації логістичних сервісів за допомогою цифрових маркетингових інструментів та аналізу кращих світових та українських практик такої інтеграції.

Під цифровими маркетинговими платформами розуміємо інтегровані програмні рішення, що забезпечують автоматизацію, аналітику та оптимізацію маркетингових процесів із використанням цифрових технологій. З погляду впливу на логістичні сервіси, ці платформи можна класифікувати наступним чином:

1. Маркетплейси – це не просто онлайн-майданчики для торгівлі (наприклад, Amazon, eBay, Rozetka). Вони також відіграють ключову роль у логістиці, беручи на себе складський облік, виконання замовлень та організацію доставки до кінцевого споживача.
2. CRM-системи з логістичними модулями (Salesforce, HubSpot) – забезпечують єдиний інформаційний простір для управління взаємовідносинами з клієнтами з інтегрованими функціями логістичного планування.
3. Платформи маркетингової автоматизації (Sendinblue, Marketo) – дозволяють налаштовувати персоналізовані комунікації на різних етапах логістичного обслуговування клієнтів.