МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
ІІ Міжнародної науково-практичної конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2024 р.

Київ
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:
Гончаренко Михайло Федорович – віцепрезидент Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:
Семенець-Орлова Інна Андріївна — директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;
Каліна Ірина Іванівна — заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:
Дацій Олександр Іванович — завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Братусь Анна Анатоліївна — завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;
Дмитренко Геннадій Анатолійович — завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Скиба Ганна Іванівна — завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу, канд. екон. наук, доц.;
Кришталь Галина Олександрівна — завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Кривоберець Марина Миколаївна — завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;
Мазур Юлія Володимирівна — декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 11 від 30.10.24)

II Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2024 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. 594 с.

ISBN 978-617-02-0406-6 (електронне видання)

Для науковців, представників бізнесу та здобувачів вищої освіти.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-02-0406-6

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024

Ушакова-Кирпач Ірина Михайлівна,
Миколенко Лілія Олександрівна
Впровадження хмарних технологій в розвиток бізнес-середовища 519

Федоренко Наталія Олегівна
Фірмовий стиль як ключовий засіб формування іміджу
індустрії гостинності 522

Федоренко Олег Сергійович, Ольшевський Максим Сергійович
Основні напрямки регулювання міжнародного та державного
надання якості туристичних послуг 525

Фірстенко Олександр Володимирович
Інформаційно-комунікаційне забезпечення стратегічного управління
персоналом 528

Холявко Михайло Миколайович,
Крахмальова Тетяна Андріївна
Роль цифрових технологій в управлінні туристичними підприємствами
під час кризи 530

Худолій Юлія Сергіївна
Оцінювання впливу використання фінансових технологій
на показники розвитку банківської системи України 532

Цимбалюк Ганна Сергіївна
Особливості використання інноваційних технологій
в управлінській діяльності 536

Ципляк Павло Сергійович
Оскарження фраудаторних дій боржника за законодавством
України та США: загальний огляд 538

Цімошинська Оксана Валентинівна,
Саржинський Сергій Анатолійович
Податковий менеджмент у системі адміністрування податків 541

Цімошинська Оксана Валентинівна,
Хіміч Св'ятослав Володимирович
Фінансова система України 543

Цімошинська Оксана Валентинівна, Шишов Сергій Анатолійович
Перспективи збільшення фінансової підтримки
інноваційної діяльності 546

Чабанюк Одарка Михайлівна, Кузьмінська Катерина Іванівна
Digital-інструменти у виплаті та депонуванні заробітної плати 549

Чапук Евеліна Олегівна
Digital-інструменти в економіці 552

Червінська Любов Петрівна, Червінська Тетяна Михайлівна
Трансформація систем менеджменту в умовах цифровізації 555

- формує корпоративний дух та сприяє відчуттю причетності до спільної справи, створюючи "фірмовий патріотизм";
- позитивно впливає на естетичний рівень та візуальне середовище компанії.

Отже, створення успішного фірмового стилю для готельного підприємства є способом підкреслити свої конкурентні переваги та підвищити привабливість серед цільових груп на туристичному ринку.

Література

1. *Біла С. О.* Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2016. № 1. С. 17–23.
2. *Bila Svitlana.* Priorities of tourism and recreational sphere development in Ukraine under eurointegration conditions. Mechanisms and models of development of entities tourist business: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi ISMA University. Riga (Latvia): "Landmark" SIA, 2016. P. 157–165.
3. *Райс Е., Траут Дж.* Маркетингові війни. пер. з англ. І. Коберник. Київ. Companion Group, 2006. 256 с.
4. *Лойко О. Т.* Туризм і готельне господарство [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://infotour.in.ua/lojko7-3.htm
5. Burj Al Arab Jumeirah Dubai's Most Iconic Hotel. available at: https://www.jumeirah.com/ru/hotelsresorts/dubai/burj-al-arab/

ФЕДОРЕНКО Олег Сергійович
канд. екон. наук, доцент

ОЛЬШЕВСЬКИЙ Максим Сергійович
студент групи Е-9-23-М1Т (1.6д)
Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ. Україна
max3700@ukr.net

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТА ДЕРЖАВНОГО НАДАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Вступ. Необхідність активізації сфери туристичних послуг України потребує розробки та впровадження системи управління якістю, як обов'язкової складової стратегії розвитку туризму, як на рівні галузі так і на рівні окремого підприємства, що передбачає реалізацію комплексу заходів спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розроблення дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшення якості роботи туристичних підприємств.

Мета роботи полягає у вивчені теоретичних аспектів, а також виробленні практичних рекомендацій щодо удосконалення державного регулювання міжнародної туристичної діяльності.

Ціль роботи полягає в дослідженні правових, організаційних та управлінських механізмів, які застосовуються для забезпечення високих стандартів якості у сфері туризму.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань у магістерській роботі було використано такі методи дослідження:

• методи аналізу і синтезу — для дослідження сучасного стану розвитку туризму та ринку туристичних послуг, а також механізму державного регулювання туристичної галузі в Україні;

• статистичний метод — для розгляду процесів розвитку туризму та державного регулювання туристичної діяльності у динаміці;

• метод описового моделювання — для дослідження світової практики державного регулювання та визначення напрямів розвитку міжнародної туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу. За визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) "якість — це виконання за встановленою і прийнятною ціною будь-яких бажань і сподівань клієнта, які не суперечать законодавству, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг та гармонії людського і природного середовища" [1]. Фактично якість у туризмі є елементом якості життя під час тимчасового перебування туристів поза місцем постійного проживання, що залежить не тільки від рівня якості наданих послуг, а й потребує врахування людського та природного середовища.

Відповідно до концепції суті турпродукту Бочаров С. В. [2] пропонує аналізувати якість у широкому та вузькому тлумаченні, а саме: якість туристичного продукту як комплексу послуг; якість поодинокої (окремої) послуги або однорідної асортиментної групи туристичних послуг.

На специфічні фактори туризму, які мають найбільший вплив на створення якісного туристичного продукту, вказує Гончарова О. М. [3], до них відносяться: дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання; можливість повторного виробництва туристичних послуг на однаково високому рівні, або тривалість якості; сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи невідчутним, споживається одночасно з виробництвом.

Одним із засобів спеціального механізму впливу держави на суб'єкти підприємництва, що застосовується для вдосконалення організації туристичної діяльності в більшості країн світу, є процедура стандартизації. Визначення мети, об'єктів, суб'єктів і їх функцій, принципів формування та реалізації державної політики стандартизації відбувається у відповідності до Закону України "Про стандартизацію", де в частині першій статті 1 визначено сутність "стандартизації", як діяльності по встановленню положень для загального та неодноразового використання; та "стандарту" — як нормативного до-

кументу, прийнятого вищим органом для встановлення правил, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів.

У відповідності до Закону України "Про туризм" [5] одним із засобів реалізації державної політики в галузі туризму є стандартизація туристичних послуг, організовує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг центральний орган виконавчої влади у сфері туризму і курортів. Таким органом нині є Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України) в межах компетенції якого організація та виконання робіт із стандартизації та сертифікації туристичних послуг. Враховуючи, що стандартизації підлягають практично всі види послуг, необхідно визначити її завдання в галузі туризму.

На думку Панасюка О. І. [4] основними завданнями стандартизації в туристичній індустрії є: встановлення показників якості туристичних послуг відповідно до потреб споживачів; забезпечення уніфікації та взаємозамінності туристичних послуг; установлення вимог до естетичності та ергономічності послуг та умов обслуговування; забезпечення охорони туристичних ресурсів, навколишнього середовища та екологічності туристичної діяльності; установлення гранично допустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля; збереження належної безпеки подорожуючих у туристичних дестинаціях.

В туризмі, застосовуються три типи систем управління якістю, що мають концептуальні розходження: системи, що відповідають вимогам стандартам ISO серії 9000; загально фірмові системи управління якістю (TQM — загальне управління якістю — Total Quality Management); системи, що відповідають критеріям національних або міжнародних (регіональних) премій, дипломів з якості.

Міжнародні стандарти ISO серії 9000 є основними директивними настановами в яких встановлені ідентичні норми, принципи, правила, та вимоги до аналогічної продукції чи послуги на міжнародному туристичному ринку. Total Quality Management спрямовується на планомірне досягнення стратегічної мети підприємства через безперервне загальне поліпшення якості [6].

Висновок. Таким чином, стандартизація, як засіб державного регулювання в туризмі, представляє собою діяльність центрального органу виконавчої влади у сфері туризму і курортів спрямовану на встановлення обов'язкових чи рекомендованих правил, принципів, вимог до підприємств галузі туризму щодо забезпечення належного рівня якості надання туристичної послуги. Розробляючи стандарти та контролюючи відповідність підприємств встановленим нормам, держава здійснює регулювання туристичної діяльності, гарантуючи якість та безпеку обслуговування туристів.

Література

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO). *Tourism Highlights 2023*. Мадрид: UNWTO, 2023.
2. *Бочаров В. С.* Міжнародне право в сфері туризму: навч. посіб. Київ: Либідь, 2021.

3. *Гончарова О. М.* Стандартизація туристичних послуг: міжнародні та національні аспекти. *Туризм: теорія і практика*. 2021. № 2. С. 18–26.
4. *Панасюк О. І.* Система контролю якості туристичних послуг у країнах ЄС. *Вісник економічних наук України*. 2022. № 4. С. 45–52.
5. Закон України "Про туризм" від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр
6. Міжнародна організація зі стандартизації (ISO). *Стандарти якості в туризмі. ISO 9001 та інші галузеві стандарти*. Женева: ISO, 2015.

ФІРСТЕНКО Олександр Володимирович
здобувач третього (наукового) рівня вищої освіти
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Розглядаючи стратегічне управління персоналом у контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства, необхідно, насамперед, враховувати конкурентну позицію, яку займає підприємство на ринку.

Для проведення дослідження стратегічного управління персоналом можна виокремити чотири сегменти в залежності від конкурентних позицій підприємств [1, с. 105–106]

1. Сегмент D (dominating) — підприємства, які займають домінуючу конкурентну позицію.

2. Сегмент S (strong) — підприємства, які займають міцну конкурентну позицію.

3. Сегмент A (appreciable) — підприємства, які займають помітну конкурентну позицію.

4. Сегмент W (weak) — підприємства, які займають слабку конкурентну позицію.

Для забезпечення ефективної системи управління підприємством при передачі інформації необхідно забезпечити усі необхідні умови для того, щоб: інформація була краще сприйнята (для уникнення емоційно-психологічних бар'єрів); інформація була зрозумілою (для уникнення семантичних бар'єрів); інформація була засвоєна працівниками (і стала мотивом їх діяльності).

Комунікації у системі стратегічного управління персоналом проводятьсяв багатьох аспектах, ми розглянемо це за наступними напрямками: аналіз комунікативної поведінки керівника підприємства та аналіз якості комунікацій.

Аналіз комунікативної поведінки керівника підприємства передбачає визначення його комунікативного типу. Деякі науковці виділяють чотири ко-