МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Проблеми модернізації України

Випуск 1 (48), 2025

Київ
2025

УДК 330-339; 321.7; 159.9
М58

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 4 від 28.05.2025)

Редакційна колегія:
С. В. Храпатий (голова), д-р фіз.-мат. наук, проф.
І. А. Семенець-Орлова, д-р наук з держ. упр., проф.
Я. М. Раєвська, д-р психол. наук, проф.
С. О. Лисенко, д-р юрид. наук, проф.
А. І. Федосов, д-р мед. наук, проф.
М. І. Зубрицький, д-р. юрид. наук
О. М. Гордієнко, канд. техн. наук
В. І. Меджебель (*Чуєнко*), канд. юрид. наук
Л. М. Крива, канд. істор. наук
І. М. Капеліста (виконавчий редактор), канд. наук з держ. упр.
Є. Я. Черняк

Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Міжрегіональна Академія управління персоналом.
М58 Наукові праці МАУП. Проблеми модернізації України / редкол.: С. В. Храпатий (голова) [та ін.]. Вип. 1 (48). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2025. 686 с. Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику висвітлено матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції "Розбудова інноваційних економіки, менеджменту та освіти в умовах нової соціальної реальності" (Київ, Міжрегіональна Академія управління персоналом, 20–22 травня 2025 р.).

Наведено тези доповідей учасників науково-практичної конференції МАУП з проблематики широкого кола аспектів процесу системної модернізації України.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави і світовим досвідом проведення модернізаційних процесів.

Видається з 2001 року.
Періодичність: 1 раз на квартал.
Засновник: *ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом".*
УДК 330-339; 321.7; 159.9

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2025

А. С. Слободенюк
Роль інноваційних бізнес-моделей у контексті забезпечення національної стійкості *187*

Г. О. Кузьменко, М. О. Сіпун
Інформаційна підтримка та цифрова як елемент сучасного публічного управління *189*

Г. О. Кузьменко, К. А. Смирнов
Теоретичні основи управлінської компетентності керівника дитячого будинку *191*

Г. О. Кузьменко, О. С. Грибовська
Формування управлінської компетентності в умовах соціальної нестабільності та воєнного стану *193*

А. О. Щербак
Методи та технології управління конфліктами як засіб підвищення ефективності управлінської діяльності державних службовців *195*

Г. О. Кузьменко, Д. В. Купрійчук
Сучасні підходи до професійної підготовки та підвищення кваліфікації керівників інтернатних закладів *196*

К. Б. Кравчук
Удосконалення системи професійного добору публічних службовців України *197*

Г. О. Кузьменко, М. О. Зінченко
Проблеми та виклики у забезпеченні безперервного професійного зростання персоналу *199*

А. І. Ковальчук, О. О. Корогодова
Фактори впливу на міжнародну конкурентоспроможність енергетичного сектору в умовах Індустрії 4.0 ..... *201*

Г. О. Кузьменко, О. А. Холкін
Вдосконалення забезпечення інформаційної безпеки та організації доступу до публічної інформації *204*

Л. С. Данилюк, І. А. Таран
Роль бренду роботодавця в управлінні людським капіталом будівельних підприємств *205*

О. М. Добродзій
Медичне страхування як чинник національної безпеки та стійкості *207*

Д. І. Кігічак
Вплив рівня середньої заробітної плати на ВВП України *209*

А. С. Макаренко
Вплив заробітної плати на споживчі витрати населення України: лінійна регресійна модель *212*

ний рівень інформаційної безпеки та ефективно захистити свої національні інтереси в цифровому середовищі.

Протидія загрозам в інформаційному просторі є одним із ключових завдань української влади, оскільки інформаційні атаки можуть критично вплинути на національну безпеку, політичну стабільність, економічний розвиток та міжнародний імідж країни. Одним із важливих кроків у цьому напрямку стало створення у 2015 році Міністерства інформаційної політики України. Ця структура взяла на себе завдання координації державної інформаційної політики, розробки стратегій інформаційної безпеки, протидії пропаганді та дезінформації, формування єдиного інформаційного простору. Міністерство працювало над розробкою концепції інформаційної безпеки в Україні, впровадженням механізмів протидії інформаційній агресії та створенням ефективної комунікаційної стратегії держави [2].

Важливу роль у забезпеченні інформаційної безпеки відіграє також Рада національної безпеки і оборони України. Розроблено низку документів, спрямованих на підвищення рівня захисту інформаційного простору, у тому числі рішення про заходи щодо вдосконалення реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки. Серед ключових напрямів діяльності — запровадження механізмів протидії дезінформації та психологічному впливу, блокування шкідливого контенту, посилення контролю за дотриманням інформаційного законодавства та проведення інформаційних кампаній для підвищення обізнаності населення.

Джерела

1. *Пічура В. Ю.* Система управління інформаційною безпекою в умовах невизначеності та впливу дестабілізуючих факторів: дис. 2021. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/10388
2. *Терещенко О.* Правові аспекти забезпечення національної безпеки в Україні. *Міжнародна та національна безпека: теоретичні та прикладні аспекти*. 2023. URL: https://doi.org/10.31733/17-03-2023-98-99

Л. С. ДАНИЛЮК

викладач кафедри економіки бізнесу
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу МАУП
https://orcid.org/0000-0002-1661-8003

І. А. ТАРАН

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальності 051 "Економіка" Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу МАУП

РОЛЬ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У контексті зростаючої конкуренції на ринку праці та поглиблення демографічних і соціально-економічних трансформацій, бренд роботодавця набуває стратегічного значення як інструмент управління людським капіталом. Особливої актуаль-

ності це питання набуває для будівельної галузі, яка стикається з рядом викликів: дефіцитом кваліфікованих кадрів, високим рівнем плинності персоналу, сезонністю робіт та складними умовами праці. За таких обставин формування сильного бренду роботодавця дозволяє не лише ефективно залучати нових працівників, а й забезпечувати їхнє довготривале утримання, мотивацію та розвиток.

Бренд роботодавця репрезентує унікальну ціннісну пропозицію компанії як місця праці, що включає її репутацію, організаційну культуру, соціальні гарантії, можливості для професійного зростання та умови праці. Його формування базується на системній взаємодії між внутрішнім (сприйняття працівниками) і зовнішнім (очікування кандидатів) іміджем підприємства. У будівельній галузі, де професія часто асоціюється з фізичним навантаженням і обмеженими перспективами розвитку, бренд роботодавця здатен трансформувати ці уявлення, акцентуючи увагу на стабільності, соціальній відповідальності, технологічній модернізації та орієнтації на людський капітал [2].

Сильний бренд роботодавця сприяє залученню кваліфікованих спеціалістів, які дедалі частіше обирають роботодавців, орієнтованих не лише на матеріальне стимулювання, а й на підтримку розвитку працівників, дотримання принципів безпеки, інклюзивності та кар'єрного зростання. Компанії, які відкрито демонструють свої цінності, інвестують у корпоративну соціальну відповідальність та професійне навчання, отримують конкурентні переваги у формуванні команди.

Окрім залучення, бренд роботодавця виконує ключову функцію у процесі утримання персоналу. В умовах високої плинності кадрів, характерної для будівельної галузі, він формує відчуття належності працівників до організації, підвищує їхню лояльність і мотивацію. Створення комфортного робочого середовища, впровадження програм внутрішнього визнання, можливостей для розвитку, гнучкого графіку та добробуту персоналу зміцнює прихильність до компанії й сприяє формуванню стабільного кадрового потенціалу [1; 2].

Також бренд роботодавця відіграє вагому роль у розвитку людського капіталу. Системний підхід до управління навчанням, менторства, підвищення кваліфікації та формування індивідуальних траєкторій професійного зростання дозволяє ефективно реалізовувати потенціал працівників. Будівельні підприємства, які позиціонують себе як прогресивні роботодавці, демонструють відкритість до технологічних інновацій, що приваблює молодих фахівців, орієнтованих на динамічний розвиток.

Разом із тим, процес формування позитивного бренду роботодавця у будівельному секторі супроводжується низкою бар'єрів, зокрема: сезонним характером зайнятості, інтенсивністю фізичних навантажень, недостатньою престижністю професії серед молоді. Для подолання цих проблем доцільним є впровадження комплексних стратегій: *покращення умов праці, модернізація технічного оснащення, активна цифрова комунікація переваг працевлаштування, співпраця з профільними закладами освіти, участь у профорієнтаційних програмах та популяризація інновацій у будівельній сфері* [2, с. 27].

Практика провідних міжнародних та українських компаній підтверджує ефективність бренду роботодавця як інструменту стратегічного управління персоналом. Наприклад, компанії Skanska, Turner Construction демонструють важливість інвестицій у розвиток корпоративної культури, реалізацію навчальних програм, внутрішню комунікацію та просування бренду за участі співробітників [3].

Позитивний досвід спостерігається і на українському ринку. Зокрема, девелоперська компанія KAN Development, яка реалізує масштабні проєкти, зокрема інноваційний простір UNIT.City, активно впроваджує сучасні HR-практики, розвиває кор-

поративну культуру та комунікує свої цінності через цифрові платформи. Компанія Інтергал-Буд, у свою чергу, розробила адаптаційні програми для молодих фахівців, активно співпрацює з закладами вищої освіти та формує позитивний імідж роботодавця через медіа та участь у професійних заходах.

Регіональна компанія RGM Group фокусується на створенні безпечних умов праці, забезпеченні прозорості кадрової політики та реалізації соціальних ініціатив, що сприяють згуртованості колективу. У свою чергу, підприємство Житло-Інвест-Буд-УКБ, що функціонує з урахуванням муніципальної специфіки, формує HR-бренд на основі стабільності працевлаштування, соціальних гарантій і підтримки молодих фахівців.

Отже, бренд роботодавця є не лише елементом іміджу компанії, а й дієвим засобом забезпечення сталого розвитку людського капіталу. Для будівельних підприємств це набуває особливого значення в умовах соціальних змін, потреби в модернізації галузі та боротьби за кваліфіковані кадри. Формування сильного бренду роботодавця має стати складовою системного підходу до управління персоналом і стратегічного планування в будівельному секторі.

Джерела

1. *Гончар В. О., Морозов О. Ф.* Аналітичний огляд проблем управління людським капіталом будівельних підприємств [Електронний ресурс]. *Актуальні проблеми економіки та управління*: зб. наук. пр. молодих вчених. 2017. Вип. 11. Режим доступу: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/22547
2. *Вонберг Т. В., Дмитрук С. М., Зубова Ю. Б.* Бренд роботодавця: процес формування та дослідження ефективності [Електронний ресурс]. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 25–29. Режим доступу: https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1376. – DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/189-4.
3. *Trunina I., Pryakhina K., & Bilyk M.* (2024). Strategic Management of a Company's Employer Brand: Experience of International Companies. *Marketing and Management of Innovations*, 15(3), 71–85.

О. М. ДОБРОДЗІЙ

аспірант ННІП МАУП

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ЧИННИК НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ТА СТІЙКОСТІ

Медичне страхування є одним із ключових чинників забезпечення національної стійкості, оскільки воно впливає не лише на індивідуальне благополуччя громадян, а й на загальну стабільність держави. У першу чергу, воно виконує функцію соціального захисту, дозволяючи людям отримувати необхідну медичну допомогу незалежно від рівня доходу чи обставин. Це особливо важливо під час кризових ситуацій, таких як пандемії, природні катастрофи або військові конфлікти, коли доступ до якісного лікування стає питанням виживання. Медичне страхування дозволяє уникнути масових соціальних потрясінь, адже надає впевненість у тому, що люди не залишаться сам-на-сам зі своїми проблемами зі здоров'ям.