

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
GDAŃSK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



МАУП

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2025 р.

Київ
2025

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:

Братусь Ганна Анатоліївна – завідувач кафедри управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – почесний професор кафедри економіки бізнесу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

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 № 9 від 29.10.25)*

III Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2025 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, 2025. 512 с.

ISBN 978-617-02-0419-6 (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.

Левченко Микола Олексійович

Стратегічна підтримка керівництва як ключовий чинник ефективного впровадження інноваційних технологій у сфері туристичної діяльності 98

Кононенко Катерина Геннадіївна

Туристичний бізнес України в умовах глобалізації: стратегії збереження ідентичності 100

Санченко Алевтина Євгенівна

Транспонування директив ЄС до національного законодавства для впровадження інноваційних підходів у сфері сталого корпоративного управління 104

Охрімчук Анастасія Максимівна, Червінська Любов Петрівна

Використання інтелектуальних CRM-систем: як бізнесу краще розуміти клієнтів 109

Лигирда Анастасія Василівна

Особливості споживчої поведінки під впливом цифрових технологій 111

Чмир Ярослав Ігорович, Попович Ліана Михайлівна

Роль громадських організацій у формуванні соціальної та гуманітарної політики в Україні 116

Чмир Ярослав Ігорович, Морозов Володимир Леонідович

Партнерство держави та громадянського суспільства у забезпеченні соціальної справедливості 118

Чмир Ярослав Ігорович, Плахотний Андрій Юрійович

Громадянська активність як чинник модернізації гуманітарної політики держави 121

Чмир Ярослав Ігорович, Дацюк Каріне Арутюнівна

Інституційна взаємодія органів влади та НУО у реалізації соціальних програм . 123

Середюк Катерина Володимирівна, Гудович Олена Володимирівна

Інноваційні підходи у сучасному фармацевтичному бізнесі: біотехнології, цифровізація, нанотехнології 125

Середюк Катерина Володимирівна

Інтелектуалізація управління бізнес-процесами як фактор цифрової модернізації економіки 128

Кривоберець Марина Миколаївна

Цифровізація як стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу 131

Башинська Марина Ігорівна

Роль цифрових фінансових інновацій в оптимізації міжнародних туристичних операцій 133

Сичов Олександр Володимирович

Інноваційний потенціал малого та середнього підприємництва країн Європейського Союзу та можливості його використання для України..... 135

Гетьман Тетяна Віталіївна, Кривоберець Марина Миколаївна

Інноваційні цифрові технології в розвитку туристичного бізнесу України..... 138

тують у цифрові інструменти, отримують стійку перевагу за рахунок одночасного зниження витрат та надання унікального клієнтського досвіду, що є основою для майбутнього зростання туристичної галузі [4].

Цифровізація є незворотним і стратегічно необхідним процесом, що докорінно трансформує туристичний бізнес, перетворюючи його з операційного інструменту на ключову рушійну силу конкурентоспроможності. Успішна інтеграція цифрових технологій дозволяє туристичним підприємствам досягати подвійної конкурентної переваги: з одного боку, через значне підвищення операційної ефективності (автоматизація, оптимізація витрат та динамічне ціноутворення за допомогою AI та Big Data), а з іншого — через створення унікального, високоперсоналізованого клієнтського досвіду (мобільність, VR/AR, омніканальний маркетинг) [2].

Література

1. Бриль К. Г. Опорний конспект лекцій з дисципліни “Інноваційні технології в туризмі” для студентів всіх форм навчання спеціальності 242 “Туризм”. Чернівці: ЧНТУ, 2017. С. 59–64.
2. Гірна О., Гайворонська І., Власенко Д., Бродюк І., Вербицька А. До питання вдосконалення українських підприємницьких стратегій: digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. № 2 (43). С. 349–356. DOI:10.55643/fcaptr.2.43.2022.3752.
3. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. Київ: Каравела, 2022. 340 с.
4. Жукова М. С. Рекреація та відпочинок в сучасному суспільстві. Дніпро: Вид-во Дніпропетровського нац. ун-ту, 2020. 160 с.
5. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ: КНЕУ, 2013. 493 с.

БАШИНСЬКА Марина Ігорівна

канд. екон. наук, доц., доцент кафедри організації туристичної діяльності
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ В ОПТИМІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

Сучасний міжнародний туристичний бізнес функціонує в умовах високої глобальної конкуренції, мінливого споживчого попиту та необхідності швидкої адаптації до геополітичних і економічних змін. У цьому контексті

цифрові фінансові інновації (FinTech) перестали бути просто допоміжним інструментом, перетворившись на стратегічний чинник, що кардинально оптимізує та підвищує ефективність міжнародних туристичних операцій [4]. Ці інновації охоплюють широкий спектр технологій, від вдосконалення платежів і управління валютними ризиками до залучення капіталу і підвищення клієнтської лояльності [1].

Ключова роль цифрових фінансових інновацій полягає у зниженні трансакційних витрат та прискоренні грошових потоків між різними учасниками глобального туристичного ланцюга: туристами, туроператорами, готелями, авіакомпаніями та постачальниками послуг. Традиційні банківські перекази та розрахунки з високими комісіями за конвертацію валют і тривалими термінами обробки ускладнюють міжнародну діяльність. Натомість, впровадження мультивалютних платіжних шлюзів та цифрових гаманців (Digital Wallets) забезпечує миттєве, безпечне та економічно вигідне проведення платежів у різних валютах. Це не лише підвищує задоволеність клієнтів, дозволяючи їм оплачувати послуги у своїй національній валюті без прихованих комісій, але й оптимізує фінансове планування для туристичних компаній [5].

Значний внесок в оптимізацію вносить технологія розподіленого реєстру (Blockchain) та пов'язані з нею інструменти. Використання блокчейну для прозорих міжкорпоративних розрахунків між міжнародними партнерами (наприклад, туроператором у Європі та готелем в Азії) усуває необхідність у численних посередниках, скорочуючи комісії та час проведення операції з днів до хвилин [2]. Крім того, токенизація програм лояльності за допомогою невзаємозамінних токенів (NFT) чи утилітарних токенів перетворює звичайні бонуси на ліквідні цифрові активи. Це стимулює клієнтів до повторних покупок і створює нове джерело фінансової цінності для туристичного бренду, зміцнюючи його конкурентні позиції [1].

Окремий блок інновацій формують інструменти, орієнтовані на фінансову доступність і споживання. Сервіси “Купуй зараз, плати потім” (BNPL) трансформують модель продажів дорогих міжнародних турів. Дозволяючи туристам розділити високу вартість подорожі на кілька безвідсоткових платежів, BNPL значно підвищує коефіцієнт конверсії та середній чек, мінімізуючи фінансові бар'єри для споживачів. Для самих туристичних підприємств FinTech-платформи з Big Data аналітикою спрощують процес кредитування. Замість традиційних складних процедур, рішення про надання кредиту ґрунтується на аналізі даних про динаміку бронювань і відгуків, що полегшує доступ до оборотного капіталу для малих та середніх туристичних підприємств [4].

Нарешті, цифрові фінансові інструменти відіграють важливу роль у стратегічному залученні інвестицій. Цифрові платформи для краудфандингу та краудінвестингу дозволяють туристичним компаніям фінансувати інноваційні міжнародні проекти (наприклад, нові цифрові туристичні маршрути чи сталі готельні комплекси) за рахунок мікроінвестицій від широкого кола зацікавлених осіб [3]. Це не лише джерело капіталу, а й ефективний маркетинговий інструмент. У контексті глобальних вимог до сталого розвитку, випуск

зелених та соціальних облігацій стає цифровим фінансовим інструментом, що дозволяє залучити цільовий капітал від інституційних інвесторів для фінансування проєктів, що відповідають екологічним та соціальним стандартам [2].

Таким чином, цифровізація виступає не як технічна модернізація, а як фундаментальна бізнес-стратегія, що забезпечує стійкість, прибутковість та здатність туристичної компанії адаптуватися до мінливих вимог ринку. Подолання ключових викликів (кадровий дефіцит, інвестиційні бар'єри) та переведення витрат на цифровізацію в розряд стратегічних інвестицій є критично важливими для забезпечення довгострокового зростання та лідерства в туристичній галузі. Компанії, що освоїли цифрову трансформацію, стають проактивними, орієнтованими на дані та здатними формувати майбутнє туристичного ринку [1].

Література

1. Житар М. О. Ринок FINTECH в Україні: особливості, шляхи та перспективи розвитку. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2024. № 1(13). С. 4–12. Режим доступу: <https://doi.org/10.32750/2024-0101>
2. Луцишин О. Як фінтех змінює світовий фінансовий порядок. Режим доступу: <http://dspace.wnu.edu.ua/handle/316497/40882>
3. Петрук О. М., Бурцев Я. І., Защипас С. М., Попов О. Г. Фінтех як поняття функціональної економічної науки. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2024. № 3(53). С. 48–53. Режим доступу: [https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3\(53\)-48-53](https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3(53)-48-53)
4. Рубанов П. М. Фактори та передумови розвитку FinTech інновацій у національній економіці. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4(20). С. 396–402. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-4(20)-396-402.
5. Батченко Л. В., Рева О. В. Цифровізація економіки країни: тенденції та перспективи. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 9. С. 12–19. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/tourismhospscee-9-2>

СИЧОВ Олександр Володимирович

аспірант кафедри управління бізнесом

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Сучасні тенденції глобальної економіки свідчать про зростаючу роль малого і середнього бізнесу (МСБ) у забезпеченні інноваційного розвитку. У країнах Європейського Союзу МСБ є ключовим драйвером інноваційних проце-