МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ І АСПІРАНТІВ





ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Випуск 1 (51), 2026

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
“SCIENCE VISION 2035.
МОЛОДЬ ФОРМУЄ МАЙБУТНЄ”

26 березня 2026 р.

Київ
2026

УДК 330-339; 321.7; 159.9
М58

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 5 від 29.04.2026)

Редакційна колегія:

С. В. Храпатий, д-р фіз.-мат. наук, проф.
К. В. Муравйов, д-р юрид. наук, проф.
Я. М. Раєвська, д-р психол. наук, проф.
С. О. Лисенко, д-р юрид. наук, проф.
Г. О. Братусь, д-р екон. наук, проф.
І. М. Капеліста, канд. наук з держ. упр.
Є. Я. Черняк, координатор роботи НТСА МАУП у зв'язку з науково-дослідною частиною
М. І. Данилюк, голова НТСА МАУП, голова НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
В. В. Карцева, заступник голови НТСА МАУП, заступник голови НТСА МАУП ін-ту психології та соціальних наук
М. Бабенко, секретар НТСА МАУП
А. Котляр, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу
В. Грибенюк, голова НТСА МАУП Навчально-наукового ін-ту безпеки
О. Скарлат, голова НТСА МАУП ф-ту дизайну
А. Боженок, голова НТСА МАУП ф-ту комп'ютерно-інформаційних технологій

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

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: С. В. Храпатий (голова) [та ін.]. Вип. 1 (51). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2026. 198 с. Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику висвітлено матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Science Vision 2035. Молодь формує майбутнє" (Київ, Міжрегіональна Академія управління персоналом, 26 березня 2026 р.).

Наведено тези доповідей учасників науково-практичної конференції МАУП з таких проблематик: молодіжні наукові візії розвитку сучасного бізнесу; психологія і соціальні науки майбутнього: молодь як рушій інновацій; роль молоді у забезпеченні безпеки та дотриманні прав людини в Україні; дизайн у контексті суспільних та технологічних трансформацій; сучасні цифрові виклики: доброчесність, ШІ та відкриті технології.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться висвітленими темами молодіжної науки в Україні.

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), 2026

ЗМІСТ

МОЛОДІЖНІ НАУКОВІ ВІЗІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

В. С. Бабак
Модель сервісного партнера підприємства оптової торгівлі *10*

К. А. Буніч
Значення електронних платіжних систем для розвитку сучасного бізнесу *12*

А. О. Глуха
Формування товарної інноваційної політики підприємства в умовах сучасного ринку *15*

А. М. Демедюк
Торговельна політика України як інструмент розвитку міжнародного бізнесу в умовах війни *17*

Д. Д. Жемелка
Використання штучного інтелекту в туристичному бізнесі як стратегія сучасної конкурентоспроможності *19*

К. Г. Кононенко, А. В. Лигирда
Енергетична трансформація туризму: модель енерго-хабів для сталого розвитку *21*

А. С. Котляр
Освіта як драйвер розвитку молодіжного підприємництва *24*

А. В. Крецька, А. Р. Мельничук
Фінансова грамотність молоді як соціально-психологічний фактор економічної самостійності *26*

А. Р. Макійчук
Цифрова трансформація фармацевтичної галузі *28*

А. А. Марциняк
Підтримка бізнесу як інструмент забезпечення соціально-економічних прав людини в умовах правового режиму воєнного стану: публічно-управлінський аспект *31*

М. Очкас
Бюджетно-податкові інструменти стимулювання підприємництва в Україні: сучасні виклики та стратегічні перспективи *33*

Ю. О. Полонський
Особливості цифрового маркетингу в ІТ-секторі економіки *35*

В. С. БАБАК
здобувач другого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальність "Маркетинг",
ННІУЕБ Міжрегіональна Академія управління персоналом

Науковий керівник:
Л. О. КАРБОВСЬКА
канд. екон. наук., доц., проф. кафедри маркетингу ННІУЕБ МАУП
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5333-1653

МОДЕЛЬ СЕРВІСНОГО ПАРТНЕРА ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Сучасна дистриб'юторська галузь перебуває на етапі фундаментальної парадигмальної трансформації. Дифузія цифрових технологій, автоматизація бізнес-процесів та динамічні зміни у структурі клієнтського попиту зумовлюють необхідність перегляду традиційних бізнес-моделей. Зазначені чинники слід розглядати не лише як детермінанти ринкового тиску, а й як стратегічні можливості для набуття дистриб'юторами статусу незамінних інтеграторів у ланцюгах створення вартості.

1. Еволюція ролі: від посередництва до системної оркестрації Трансформація дистриб'юторів передбачає перехід до ролі системних організаторів (оркестраторів) ланцюгів постачання. Цей підхід вимагає активної інтеграції в процеси закупівель, реалізації, стратегічного ціноутворення та комунікаційної взаємодії. Пріоритетним завданням є забезпечення наскрізної оптимізації операційної діяльності на всіх етапах руху товарів та послуг.

2. Адаптація до проривних інновацій та розвиток інтелектуального капіталу. Ефективна відповідь на проривні ринкові тенденції полягає у їхній стратегічній імплементації в діяльність підприємства. Ключовим вектором розвитку є підвищення кваліфікації кадрового потенціалу, насамперед управлінської ланки, для фахового використання інструментарію інтелектуального аналізу даних (Data Analytics) та засобів автоматизації [1].

3. Клієнтоорієнтованість як вектор стратегічного розвитку. Сучасний етап розвитку ринку вимагає від дистриб'юторів виходу за межі логістичних функцій у площину сервісно-орієнтованого підходу. Пріоритетом стає максимізація корисності для клієнта через елімінацію неефективних витрат та оптимізацію ресурсів у межах бізнес-екосистеми.

В умовах зростаючої складності IT-інфраструктури (гібридні хмарні сервіси, апаратна інтеграція) дистриб'ютори отримують унікальну можливість виступати в ролі агрегаторів сервісних послуг. Стратегічний діалог із керівниками IT-підрозділів (CIO) має бути спрямований на узгодження операційної підтримки зі специфічними потребами організацій та демонстрацію верифікованих результатів впровадження аналогічних рішень.

4. Агрегація комплексних технологічних рішень. Консолідація технологій та послуг від диференційованих постачальників дозволяє дистриб'юторам формувати комплексні пропозиції, адаптовані до варіативних бізнес-моделей: класичного перепродажу, підписних сервісів (Subscription model) або моделей "як послуга" (Anything as a Service, XaaS).

5. Диверсифікація кадрового потенціалу та інноваційний розвиток. Залучення фахівців із різним професійним досвідом та когнітивними навичками є необхідною умовою для стимулювання інноваційної активності та покращення клієнтського досвіду. Різноманітність інтелектуального капіталу дозволяє генерувати нестандартні підходи до вирішення ринкових завдань [2].

6. Стратегічна розсудливість та імплементація технологій. Дистриб'юторські компанії мають розвивати здатність до обґрунтованої селекції стратегій та технологій. Важливим є вміння диференціювати інновації, що потребують негайного впровадження, від тих, використання яких є передчасним або недоцільним у поточному ринковому контексті.

7. Оптимізація витрат та автоматизація операційного середовища. Усвідомлюючи обмеженість контролю над певними зовнішніми витратами, дистриб'юторам доцільно залучати аутсорсингові ресурси та інвестувати в програми рекваліфікації власного персоналу. Широке впровадження засобів автоматизації гарантує точність та своєчасність виконання фінансових зобов'язань перед партнерами, що є базисом довіри у бізнес-середовищі.

Перехід від традиційного оптового продавця до партнера з технологічних послуг передбачає перехід від продуктоорієнтованої моделі з великим обсягом до підходу з доданою вартістю та орієнтації на послуги. Це вимагає інвестування в хмарні платформи, штучний інтелект та аналітику даних, щоб пропонувати спеціалізовані послуги (наприклад, безпека, керовані послуги), а не просто продавати обладнання.

Ключові аспекти переходу:

1) Стратегічний поворот: діяти як стратегічний партнер, який пропонує додаткові послуги, такі як комплектація та післяпродажне обслуговування.
2) Інвестиції в технології: впровадження сучасних платформ електронної комерції, систем ERP та рішень PIM.

3) Сервісно-орієнтована модель як послуга, що надає клієнтам спеціалізовані рішення, такі як безпека, хмарні сервіси та підвищення кваліфікації.
4) Прийняття рішень на основі даних: ШІ та аналітика для оптимізації ланцюгів поставок та персоналізації клієнтського досвіду.
5) Організаційна трансформація: підвищення кваліфікації співробітників та сприяння культурі, яка використовує цифрові інструменти.

Кроки для успішної трансформації [3]: формування спеціальної команди під керівництвом вищого управління, яка очолить зміни; оцінка конкурентних прогалин та змін потреб клієнтів; зміщення акценту з низьковитратної логістики на спеціалізовану експертизу; оцінка успіху на основі задоволеності клієнтів, утримання клієнтів та регулярного доходу, а не лише обсягу транзакцій.

Джерела

1. 7 Service Ideas for Wholesale. URL: is-gmbh.de/en/blog/7-service-ideas-for-wholesale/#:~:text=To%20a%20great%20extent%2C%20the,be%20developed%20and%20s
2. Top strategies for effective retailer-supplier partnerships. URL: https://www.apteka.ua/article/709870
3. 20 Common Types of Channel Partners and How to Find Them. URL: ttps://en.interfax.com.ua/news/economic/1097516.html?utm_source=chatgpt.comInnovative

К. А. БУНІЧ

здобувач першого курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність "Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок", ПВНЗ Бориспільський інститут муніципального менеджменту при МАУП

Науковий керівник:
Н. Й. РАДІОНОВА
д-р екон. наук, проф.,
ПВНЗ Бориспільський інститут муніципального менеджменту при МАУП
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8855-2963

ЗНАЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ ДЛЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

У сучасному світі цифрові технології активно впливають на розвиток економіки та підприємницької діяльності. Багато суб'єктів господарювання пе-