



**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ:
ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»**



м. Хмельницький
24 жовтня 2024 р.

**Міністерство освіти і науки України
Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Львівський торговельно-економічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький кооперативний інститут**

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ:
ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»**

**м. Хмельницький
24 жовтня 2024 р.**

Рекомендовано до друку вченою радою Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (протокол № 3 від 06 грудня 2024 р.)

Рецензенти:

МЕЛЬНИК Ірина, д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету.

МІЩУК Ігор, д.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету.

ПЕЛИК Леся, д.т.н., проф., проф. кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету.

Редакційна колегія: **ТЕЛЯЧИЙ Юрій** – голова, д.і.н., проф., президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту, голова Хмельницької обласної організації Національної спілки краєзнавців України; **ЗАМАЗІЙ Оксана** – заступник голови, д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **МАТВССВ Андрій** – к.і.н., доц., віце-президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **ЛЯШУК Катерина** – к.е.н., директор Хмельницького кооперативного фахового коледжу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **ДЖЕРЕЛЕЙКО Світлана** – к.е.н., доц., декан факультету управління, підприємництва та права Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **САПОТНИЦЬКА Наталія** – к.е.н., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **ТЯГУНОВА Наталія** – к.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; **ТРИШКІНА Ніна** – к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; **БУЗНИЦЬКА Ірина** – викладач Хмельницького кооперативного фахового коледжу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; **КУЧЕРУК Надія** – ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; **ГРИЩЕНКО Марія** – викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; **ТРОФИМЕНКО Катерина** – викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи.

Т65 Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р. / редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 247 с.

За достовірність викладеної інформації відповідальність несуть автори статей

Збірник містить матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації» з актуальних питань функціонування та розвитку сучасних економічних систем, інновації менеджменту, маркетингових технологій в сучасному бізнесі, фінансово-господарської діяльності та проблем оподаткування суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва та торгівлі, інноваційних технологій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі, сучасного товарознавства, удосконалення правового забезпечення розвитку економіки та підприємництва, інновації у бізнес-освіті та управлінні знаннями, розвитку кооперативного сектора економіки.

Для освітян, науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, підприємців, громадськості, усіх, хто цікавиться трансформаційними процесами в економіці.

Електронна версія збірника оприлюднюється на офіційній сторінці ХКТЕІ:

<http://www.xktei.km.ua/naukova-diialnist/naukovi-zahodi-vidannya-hktei/materiali-konferencij-hktei/>

<i>Телячий Юрій</i>	
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	43
<i>Хорошенюк Оксана</i>	
ВОЛЕНТЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	46
<i>Шевчик Богдан</i>	
ФОРМУВАННЯ НОВОГО ТИПУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ЗМІНИ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ	47
ІННОВАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ, ТОРГІВЛІ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	
<i>Андрєєв Сергій, Андрєєва Валентина, Воробйов Кирило</i>	
ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ, ОСВІТИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ	49
<i>Вишневська Марія, Крамаренко Аліса</i>	
МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ОСНОВНІ АСПЕКТИ ТА СТРАТЕГІЇ	50
<i>Гурман Олена, Вугляр Анастасія</i>	
ТЕОРІЇ МОТИВАЦІЇ: КЛАСИЧНІ ПІДХОДИ ТА ЇХ СУЧАСНА АДАПТАЦІЯ У БІЗНЕСІ	52
<i>Гурман Олена, Тарашевський Аріан</i>	
SMART- ПІДХІД В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	55
<i>Гурман Олена, Шевчишен Максим</i>	
КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ	56
<i>Дикань Олена, Жарікова Наталія</i>	
УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	57
<i>Забурмеха Людмила</i>	
ІННОВАЦІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	59
<i>Зверук Людмила, Степан Маргарита</i>	
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	61
<i>Куделя Вікторія, Бортнік Олена</i>	
ОСОБЛИВОСТІ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	63
<i>Лозова Оксана, Білик Лілія</i>	
СТВОРЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОБОЧОГО СЕРЕДОВИЩА ВІТЧИНЯНИМИ КОМПАНІЯМИ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ EDI	65
<i>Ляшук Катерина</i>	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХОДІВ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	68
<i>Омельчук Світлана</i>	
УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ЗАКЛАДАХ ФАХОВОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	70
<i>Островська Ірина</i>	
ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	72

Отже: Комунікаційний менеджмент на підприємстві є важливою складовою загальної системи управління, що сприяє підвищенню ефективності роботи організації, її конкурентоспроможності та здатності адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел

1. Бурмака Т. М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. С. 7-10.
2. Тіхонова Н.О. Комунікативний менеджмент в готельно- ресторанному господарстві: конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2014. С. 6-9.
3. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : КиМУ, 2011. С.313

УДК 658.3: 331.101.3

Дикань Олена, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, публічного управління та HR-технологій Українського державного університету залізничного транспорту

Жарікова Наталія, здобувачка вищої освіти за другим (магістерським) рівнем за освітньою програмою «Менеджмент організацій і адміністрування» Українського державного університету залізничного транспорту

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Управління організаційною культурою підприємства є важливим чинником підвищення мотивації персоналу та досягнення стратегічних цілей організації. Сучасні підприємства функціонують в умовах динамічних змін, що вимагає постійного вдосконалення методів управління та підвищення ефективності діяльності персоналу.

Організаційна культура визначається як система спільних цінностей, норм, традицій, поведінкових стандартів і переконань, що формуються всередині підприємства і впливають на його функціонування. Вона є невід'ємною частиною управління персоналом, оскільки створює основу для формування лояльності, залученості працівників, а також визначає рівень їх мотивації. У сучасних умовах швидкоплинних змін на ринку праці та зростаючої конкуренції між компаніями за кваліфіковані кадри, ефективне управління організаційною культурою стає одним з головних факторів для утримання та залучення працівників [1].

Актуальність дослідження управління організаційною культурою підприємства в контексті підвищення мотивації персоналу полягає в тому, що мотивація є центральним елементом продуктивності та ефективності праці. Успішні компанії інвестують значні ресурси в розробку механізмів підвищення мотивації працівників, оскільки високо мотивований персонал здатен досягати кращих результатів, забезпечувати високу якість продукції та послуг, що, у свою чергу, підвищує конкурентоспроможність підприємства. Організаційна культура впливає на мотивацію через формування відчуття приналежності до спільноти, підтримку морального духу та стимулювання до професійного розвитку. Управління організаційною культурою дозволяє адаптувати внутрішні процеси до потреб персоналу, стимулюючи їх до активної участі в досягненні загальних цілей.

Підвищення мотивації персоналу через управління організаційною культурою передбачає вивчення потреб працівників та їх ціннісних орієнтацій. Важливим аспектом є впровадження таких елементів культури, які сприяють розвитку почуття відповідальності та самоактуалізації. Якщо організаційна культура відповідає ціннісним переконанням працівників,

вона сприяє підвищенню їх задоволеності роботою та стимулює до виконання завдань на високому рівні. З іншого боку, розбіжність між організаційною культурою та індивідуальними цінностями працівників може стати причиною їх демотивації, зниження продуктивності та навіть призвести до їх звільнення [2].

Організаційна культура впливає на мотивацію через низку механізмів. Перш за все, це комунікації в організації, які створюють можливість для відкритого діалогу між керівництвом і працівниками. Прозорі та відкриті комунікації формують довіру до керівництва, а також сприяють формуванню почуття причетності до стратегічних цілей підприємства. Чітке і послідовне інформування працівників про зміни в компанії, її досягнення та плани підвищує відчуття стабільності та безпеки, що є важливими чинниками мотивації. Другий механізм – це система винагород і визнання. Важливо, щоб організаційна культура включала в себе механізми, що забезпечують визнання досягнень працівників не лише в матеріальній, але й у нематеріальній формах. Визнання на рівні колективу та керівництва стимулює працівників до подальших зусиль і сприяє їх професійному зростанню. Третій механізм полягає в можливості професійного розвитку. Якщо організаційна культура підтримує безперервне навчання, підвищення кваліфікації, то це підвищує мотивацію працівників до самовдосконалення та активної участі у вирішенні професійних завдань.

Важливу роль у формуванні культури, орієнтованої на мотивацію, відіграє лідерство. Лідери підприємства мають бути носіями організаційних цінностей та зразками для наслідування. Їхня поведінка та підхід до вирішення управлінських завдань суттєво впливають на ставлення працівників до роботи. Якщо лідер демонструє увагу до потреб працівників, виявляє готовність підтримувати ініціативи та допомагати у вирішенні проблем, це сприяє формуванню довіри і підвищенню мотивації. Лідерство, засноване на повазі, співпраці та підтримці, стимулює працівників до активної участі у спільних процесах і розвиває у них відчуття власної значущості в організації.

Водночас, управління організаційною культурою вимагає постійного моніторингу та корекції, оскільки потреби працівників і зовнішнє середовище постійно змінюються. Це передбачає гнучкість і адаптивність організаційної культури до нових умов ринку, технічних інновацій та змін у соціально-економічному середовищі. Важливим елементом ефективного управління є регулярне дослідження рівня задоволеності працівників, оцінка їх мотивації та виявлення проблем, які можуть виникати через неузгодженість організаційної культури з їх очікуваннями. Окрім цього, організаційна культура має враховувати особливості міжособистісних відносин у колективі, оскільки відчуття підтримки з боку колег є одним із найважливіших факторів мотивації [3].

У контексті глобалізації та технологічних змін, коли вимоги до гнучкості, швидкості прийняття рішень і інноваційності зростають, ефективне управління організаційною культурою стає ще більш актуальним. Сучасні компанії повинні розвивати культуру, що сприяє швидкій адаптації до змін і стимулює працівників до творчості та впровадження інновацій. Також важливо враховувати, що в сучасних умовах зміни трудових відносин та зростання кількості дистанційної роботи, необхідно переглядати традиційні підходи до управління організаційною культурою, розробляючи нові моделі, що відповідатимуть вимогам диджиталізації.

Таким чином, управління організаційною культурою підприємства є важливим чинником підвищення мотивації персоналу, що, у свою чергу, сприяє досягненню стратегічних цілей компанії. Організаційна культура, що підтримує відкриті комунікації, визнання досягнень і можливості професійного розвитку, створює сприятливе середовище для праці та стимулює працівників до активної участі в житті компанії. Лідерство, що базується на підтримці та

співпраці, є важливим елементом у формуванні культури, орієнтованої на мотивацію. Постійний моніторинг та адаптація організаційної культури до змін забезпечують її ефективність і відповідність потребам як працівників, так і зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О.В. Управління організаційною культурою та розвитком як основа стабільної діяльності підприємства. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2020. № 3. С. 109-117.
2. Євтушенко Н.О. Управління організаційною культурою підприємства. *Економічний простір*. 2020. № 164. С. 86-90.
3. Чернобай Л.І. Організаційна культура підприємства: сутнісна характеристика та структурні елементи. *Ефективна економіка*. 2022. № 11.

УДК 330.46

Забурмеха Людмила, викладач, циклова комісія торгівлі, маркетингу та менеджменту Хмельницького торговельно-економічного фахового коледжу Державного торговельно-економічного університету

ІННОВАЦІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Цифровізація трансформує сучасне підприємництво, підвищуючи гнучкість, адаптивність та ефективність бізнесу. На сучасному високодинамічному та конкурентному світовому ринку застосування цифрових технологій стало необхідним для компаній різних масштабів. Цифрові інструменти допомагають оптимізувати робочі процеси, зменшити витрати та забезпечити кращий взаємозв'язок із клієнтами.

Мета - дослідити вплив цифровізації на бізнес на основі останніх наукових досліджень, описати успішні приклади впровадження технологій та проаналізувати ризики і виклики, що зустрічаються у підприємстві.

Дослідження показують, що цифрові технології докорінно змінили бізнес-процеси компаній. Зокрема, впровадження хмарних технологій, аналітичних платформ та штучного інтелекту(ШІ) дозволило компаніям адаптуватися до змін на ринку в режимі реального часу.

У роботах Коваленко О. А., використання цифрових платформ для управління ресурсами (ERP-системи), компанії можуть оптимізувати процеси та підвищити продуктивність на 20-30% [1, с. 45]. З іншого боку, дослідження Петрова М. В. підтверджує, що компанії, які активно впроваджують CRM-системи, мають на 15-20% вищу задоволеність клієнтів, оскільки застосовують персоналізований підхід до взаємодії з клієнтами[2, с. 24].

Впровадження цифрових рішень - успіх компанії Amazon, яка використовує штучний інтелект і Big Data(великі дані) для управління своїм ланцюжком поставок. Також, за допомогою ШІ компанія може оптимізувати свої запаси, прогножуючи попит, і скоротити витрати на запаси на 25%. Така технологія дозволяє автоматизувати логістику, скоротити час доставки та підвищити точність прогнозування [3, с. 16].

Штучний інтелект - один з найпотужніших інструментів для трансформації управління компанією. Використання аналітичних платформ на основі ШІ, компанії можуть отримувати дані про ринки, клієнтів і внутрішні процеси з більшою точністю. Згідно з дослідженням Іваненко Ю. С., ШІ може автоматично аналізувати великі обсяги даних, дозволяючи компаніям приймати бізнес-рішення з високим ступенем точності і швидкості[3, с. 12].

УДК 338.009.12/334.012.34
Т65

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ: ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ

(м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р.)

Електронне видання

Відповідальна за випуск:
Наталія САПОТНІЦЬКА

Т65 Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Хмельницький, 24 жовтня 2024 р. / редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 247 с.