



Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Люблінська школа бізнесу (Словенія)
Краківський економічний університет (Польща)

VII Міжнародна науково-практична конференція

**“УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ”**



11 квітня 2025 р.

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (м. Одеса)
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Люблінська школа бізнесу (Словенія)
Краківський економічний університет (Польща)

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ**

**MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC
TRANSFORMATIONS OF BUSINESS PROCESSES:
REALITIES AND CHALLENGES**

Тези доповідей
VII Міжнародної науково-практичної конференції

11 квітня 2025 р.

Мукачево
2025

потенціалом організації	
МИКУЛАНИНЕЦЬ С., ДУДКА К. Впровадження інноваційних технологій управління персоналом	214
МИКУЛАНИНЕЦЬ С., КУЗЕМЧАК С. Теоретичні засади формування цифрової стратегії діяльності організації	216
МИКУЛАНИНЕЦЬ С., ЛУКЕЧА М. Теоретичні аспекти управління логістичною діяльністю підприємства	219
МИКУЛАНИНЕЦЬ С., МИКУЛАНИНЕЦЬ В. Логістичне забезпечення діяльності підприємств у сфері туризму в умовах військового стану	221
МИКУЛАНИНЕЦЬ С., ПЕРЕЦ В. Підвищення ефективності використання робочого часу керівника за допомогою тайм-менеджменту	223
ОПЛАЧКО І., ГАВРОН Р. Онлайн інструменти в системі інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств	225
PAULYK A. CHARAKTERISTIKA, VÝZNAM A TRENDY ROZVOJA HOTELÍRSKEHO A REŠTAURÁČNEHO PODNIKANIA	227
ПЕКАР В., ФЕЄР О. Репутаційний менеджмент підприємства	228
ПОПФОЛОШІ В., ФЕЄР О. Стратегічне управління сучасною освітньою організацією	229
ПОПФАЛУШІ М. Управління якістю надання послуг підприємства як пріоритетний компонент в системі забезпечення його конкурентоспроможності	230
ПУГАЧЕВСЬКА К., КРИВАНИЧ Н. Контроль ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	232
ПУГАЧЕВСЬКА К., ПЛОСКІНА Р. Маркетингова стратегія підприємства в умовах динамізації Інтернет-торгівлі	233
РОМАНЮК І. Сучасні методи управління бізнес-процесами в умовах нестабільності туристичного ринку	235
СІДОР М., ФЕЄР О. Ефективні стратегії маркетингу для малого бізнесу в умовах конкуренції	238
ЦУПРА І., ВЕРЕЦЬКИЙ Д., ПРОСКУРА В. Підходи щодо оцінки результативності управління якістю розробки інформаційних систем	239
ЧУКУРНА О., ЯТВЕЦЬКА Г. Крос-функціональний вплив поведінкових теорій на концепцію когнітивного маркетингу	241
ШАШОВЕЦЬ Й., БАРТА Л. Підвищення ефективності комерційної діяльності оптових торговельних підприємств шляхом урізноманітнення спектру додаткових послуг	244
ШАШОВЕЦЬ Й., ЯКОВЛЕВ М. Превентивне антикризове управління діяльністю підприємницьких структур	246
ШМІГЕЛЬСЬКА О. Управління нематеріальними активами в контексті забезпечення фінансового менеджменту підприємства	248
ЯРОШ В., ФЕЄР О. Кризовий менеджмент на підприємстві в умовах нестабільного середовища	250

odvetví, najmä: rekreácie, cestovného ruchu, exkurzií, zábavy, obchodu a ovplyvňuje mnoho ďalších oblastí hospodárskej a sociálnej činnosti regiónu a krajiny.

Sektor pohostinstva je určujúcim faktorom, ktorý ovplyvňuje rozvoj príjazdového cestovného ruchu, formuje konkurencieschopnosť služieb cestovného ruchu a odvetvia ako celku. Treba zdôrazniť, že koncentrácia hotelových a reštauračných podnikov bude závisieť od dostupnosti turistických a rekreačných zdrojov v príslušnej oblasti a teda od turistických tokov.

Vzhľadom na charakteristiky, význam a problémy hotelového a reštauračného podnikania je potrebné určiť trendy v jeho rozvoji s prihliadnutím na modernú realitu. Dôležitým smerom je zachovanie národných charakteristík a identity počas globalizačných procesov; Tento aspekt má mimoriadny význam pre reštauračný priemysel, a to prostredníctvom vytvárania tematických reštauračných zariadení špecializujúcich sa na kuchyňu národov sveta, ponorenia sa do autentickej atmosféry, organizácie a konania majstrovských kurzov so zapojením remeselníkov, čo poskytne príležitosť lepšie spoznať kultúru konkrétneho regiónu [2].

Dôležitým trendom v rozvoji hotelového a reštauračného podnikania je zavádzanie technologických inovácií do hospodárskych činností, ktoré umožnia zlepšiť úroveň služieb pre návštevníkov, zvýšiť úroveň konkurencieschopnosti a zlepšiť technologické operácie. Rozvoj rehabilitačných a zdravotníckych služieb založených na hotelových a reštauračných komplexoch bude obzvlášť relevantný v povojnovom období. Zvyšovanie ekologickosti hotelového a reštauračného podnikania na základe šetrenia zdrojov a energie, znižovania množstva odpadu a jeho recyklácie a podpory ekologizácie verejného života a hospodárskej činnosti. Využitie potenciálu sociálnych sietí (TikTok, Instagram, Facebook, X a ďalšie), ktoré umožnia rozšíriť predajné trhy ambasádora, byť bližšie k spotrebiteľovi, efektívne prilákať nových spotrebiteľov služieb, vytvárať virtuálne prehliadky, vizualizovať hotelové izby, reštauračné sály a krajinné úpravy [3].

Zoznam použitej literatúry:

1. Povorozhuk, I. (2023). *Úloha a charakteristiky rozvoja reštauračného podnikania v čase krízy. Ekonomika a spoločnosť*, (47). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-38>
2. Borisová O. IN. *Trendy vo vývoji hotelového a reštauračného podnikania na Ukrajine* / O. IN. Borisova // *Ekonomická stratégia a perspektívy rozvoja obchodného a služobného sektora*. - 2012. - Vydanie. 1(2). - S. 331-338. - Spôsob prístupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1\(2\)_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1(2)_49).
3. Turchyniak, M., & Polotai, B. (2025). *Globálne trendy vo vývoji hotelového a reštauračného podnikania. Ekonomika a spoločnosť*, (72). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-27>

УДК 005.336.6:658.1

ВЛАДИСЛАВ ПЕКАР

магістрант спеціальності «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

ОКСАНА ФЕЄР

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі, де інформація поширюється миттєво, а конкуренція на ринку послуг і товарів зростає з кожним днем, питання репутації організації набуває особливої актуальності. Репутація - це не просто імідж чи думка споживача, це стратегічний актив,

який напряму впливає на прибутки, інвестиційну привабливість та довготривале існування компанії.

Репутаційний менеджмент - це системне управління сприйняттям організації з боку її стейкхолдерів: клієнтів, партнерів, працівників, медіа та суспільства загалом. Це багатогранний процес, який охоплює інформаційну політику, корпоративну етику, соціальну відповідальність, внутрішню культуру та навіть візуальну складову бренду.

Репутація формується на основі трьох ключових компонентів: ділової, соціальної та інформаційної та корпоративної культури. Ділова репутація стосується якості продукції чи послуг, надійності у виконанні зобов'язань, професіоналізму. Соціальна - показує, наскільки компанія дотримується принципів сталого розвитку, бере участь у благодійних або екологічних ініціативах. Інформаційна складова охоплює те, як компанію згадують у ЗМІ, соцмережах, на професійних платформах.

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності, приймаються більшістю співробітників [1]

Важливим інструментом у репутаційному менеджменті є публічні комунікації. Прозорість, чесність та послідовність у висловлюваннях представників компанії сприяє зміцненню довіри. Також важливо вміти працювати з негативом - швидке й професійне реагування на критику або кризові ситуації допомагає мінімізувати репутаційні втрати.

Сучасні технології дають змогу проводити моніторинг репутації в реальному часі. Аналітика згадок у соціальних мережах, пошукова видимість бренду, тональність згадок у новинах - усе це дозволяє вчасно виявляти як сильні сторони, так і потенційні ризики.

Разом із тим, слід пам'ятати, що репутація - це не те, що компанія говорить про себе, а те, що про неї думають інші. Побудова сильної репутації вимагає часу, зусиль та постійного самовдосконалення. У добу цифрової відкритості організація повинна бути не тільки ефективною, а й етичною, відповідальною, щирою у своїх діях. Адже гарна репутація - це найбільш цінний, але й найвразливіший ресурс/

Список використаних джерел

1. Х. Стамбульська, Х. Передало Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації Ефективна економіка № 1, 2022
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/206.pdf

УДК 005.21:37.07:37.014.54/.43

ВАСИЛЬ ПОПФОЛОШІ,

магістрант спеціальності “Менеджмент”,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

ОКСАНА ФЕЄР,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ ОСВІТНЬОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Сучасна система освіти перебуває в постійному процесі змін і трансформацій. Це вимагає від керівників освітніх закладів не лише оперативного реагування, а й здатності бачити перспективу, передбачати ризики, ефективно планувати майбутнє. Саме тому питання стратегічного управління освітньою організацією є надзвичайно актуальним.

Стратегічне управління це не просто планування дій на найближче завтра. Це - системний, цілеспрямований процес, який допомагає освітній установі формувати своє



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>