

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ПОЛІТОЛОГІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ

КАФЕДРА СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА
І МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Стратегічні напрями економічної та соціальної політики в контексті глобальних змін

ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

7 лютого 2025 року

Конференцію організовано у межах проекту:
«Соціально-економічний вплив пандемії COVID-19 та повномасштабного
вторгнення Росії на розвиток ЄС та України: сприяння співпраці
в дослідженнях через створення цифрової платформи».
Цей проект отримав фінансування через проект EURIZON,
який фінансується Європейським Союзом за грантовою угодою № 871072



**Фінансується
Європейським Союзом**

1256 1233
1996
LIHA-PRES

Львів-Торунь
Liha-Pres
2025

Організаційний та програмний комітет:

Алексєєвська Г.С. – доктор філософії з міжнародних економічних відносин, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Бичкова Н.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Клаудіо Морана – професор Університету Мілано-Бікокка, Італія.

Крючкова Н.М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І.І. Мечникова.

Ломачинська І.А. – д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І.І. Мечникова.

Ніколасв Ю.О. – к.е.н., доцент, заступник завідувача кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Пічугіна Ю.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Родіонова Т.А. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Теохаріс Григоріадіс - професор Вільного університету Берліна, Німеччина.

Цевух Ю.О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Якубовський С.О. – д.е.н., професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Відповідальний за випуск:

Якубовський Сергій Олексійович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин ОНУ імені І.І. Мечникова.

Стратегічні напрями економічної та соціальної політики в контексті глобальних змін: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 7 лютого 2025 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2025. – 360 с.

ISBN 978-966-397-475-0

Викладено тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стратегічні напрями економічної та соціальної політики в контексті глобальних змін», яка відбулася у м. Одеса 7 лютого 2025 року.

Фінансується Європейським Союзом, проте висловлені погляди та думки належать лише авторам і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу. Ні Європейський Союз, ні орган, що надає гранти, не можуть нести за них відповідальності.

338.24.021.8:339.92(062.552)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

Білявський О.О.

ЛОГІСТИКА ПЕРЕРОБКИ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ:
ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ.....10

Бобилев І.О.

УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....15

Bobro Natalia

THE ROLE AND PLACE OF THE DIGITAL
UNIVERSITY IN ECONOMIC DEVELOPMENT20

Vasylenko Mykola

FINANCIAL INCLUSION AND NEW OPPORTUNITIES
FOR BUSINESS IN THE ERA OF DIGITAL FINANCE24

ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ
ТА ЇХ РОЛЬ У ПІСЛЯВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ.....27

Веклич В.А.

ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ
ІНВАЛІДІВ ВІЙНИ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....31

Вінес В.В., Новак О.В.

ЕКОНОМІКА ВІДЕОІГОР: УКРАЇНА
НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ГЕЙМ-ІНДУСТРІЇ35

Грищенко С.І.

ФОРМУВАННЯ ЗАБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ
ПОКАЗНИКІВ СУБ'ЄКТА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В КООРДИНАТАХ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ40

Dzhenkov Vitalii

OPTIMIZING THE SOURCING AND PROCUREMENT PROCESS:
IDENTIFICATION OF CHALLENGES AND TRANSFORMATION45

Дударев І.М., Хвещук О.Ю.

РИНОК КРАФТОВИХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ.....50

Захарко М.Р.

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ
В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ АДАПТАЦІЇ ДОСВІДУ ПОЛЬЩІ.....53

Karpenko Olha, Kushnir Iryna

THE ROLE OF NATURAL AND ANTHROPOGENIC
FACTORS IN SHAPING STURGEON POPULATIONS
AND THEIR ECONOMIC DIMENSION:
INSIGHTS FROM THE STURNET PROJECT57

Корнійчук О.П., Мех О.А.

ДІЇ ВЛАДИ ПО ЗНИЖЕННЮ РИЗИКІВ ПЕРЕТВОРЕННЯ ЕПІДЕМІЇ
У ПАНДЕМІЮ ТА МІНІМІЗАЦІЇ НАСЛІДНИКІВ COVID-19
В УМОВАХ ШИРОКОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ61

Лизогуб А.О. ІНВЕСТИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ ЕКОФЕРМИ.....	66
Лисевич С.Г. ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	71
Морозов Т.О. ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ – ПОТЕНЦІАЛ ТА РИЗИКИ ДЛЯ ДЕРЖАВИ.....	74
Немировська О.В. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ПРОЄКТІВ «SMART CITY»: СТРАТЕГІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ.....	79
Перегида Ю.А. МАРКЕТИНГОВІ ЦЕНТРИ ЯК ФАКТОРИ УСПІХУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ.....	83
Петруха Н.М. БІОЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ПОВОСННОЇ УКРАЇНИ.....	86
Петруха С.В., Коноваленко Д.В. БЮДЖЕТНА СТРАТЕГІЯ ПОВОСННОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ.....	91
Полтаєв Д.О. ПЕРСПЕКТИВИ АНАЛІЗУ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В ЦАРИНІ СУДНОБУДУВАННЯ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ГАЛУЗІ.....	95
Прозоров Ю.В. ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ РЕАЛЬНИХ І ВІРТУАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ У ГІБРИДНІЙ БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ МЕТАВСЕСВІТУ.....	98
Редько О.В. АРХІТЕКТУРНИЙ КОМПЛЕКС МЕТОДІВ НЕСУЧАСНОГО КОНТРОЛЮ ТА ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ НА ВИРОБНИЦТВО.....	102
Савко В.В. ІМІДЖ, ЯК ФУНДАМЕНТ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ У ДІДЖИТАЛІЗОВАНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	104
Сірук О.М. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ АВТОТОВАРІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	108
Шевченко О.В., Пронь О.С. КЛІМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	111
Шемаєв В.М., Юрків Н.Я. СТРАТЕГІЧНІ ІНІЦІАТИВИ США ТА ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ ОБОРОННОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВИСНОВКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	115

Шемаєва Л.Г. ФІНАНСОВІ САНКЦІЇ ПРОТИ РФ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ	120
---	-----

СЕКЦІЯ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

Кашинська О.Є., Кодра Л.С. КОНЦЕПЦІЯ ZERO-WASTE У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ: ЯК ЗМЕНШИТИ ВПЛИВ НА ДОВКІЛЛЯ	124
Рябенська М.О., Кирилюк А.М. SMART-ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	128

СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Августюк М.М. ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ СПОЖИВАЧА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	131
Аксьонова С.Ю., Черепанський М.Ф. ПИТАННЯ ПІДТРИМКИ СІМ'Ї ТА НАРОДЖУВАНOSTІ У НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЧНИХ ДОКУМЕНТАХ УКРАЇНИ	135
Комаринська З.М. ЗМІНИ У СОЦІАЛЬНІЙ ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	140
Тимченко Д.М. ШВЕДСЬКА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНСТИТУЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ: ЕВОЛЮЦІЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЙ	144

СЕКЦІЯ 4. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Гордієнко Т.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ У СИСТЕМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	149
Григоренко О.В. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ФОРМУВАННЯ І ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	152
Пацкань Ю.В. ВИЯВЛЕННЯ ТА ОЦІНКА РИЗИКІВ ШАХРАЙСТВА ТА КОРУПЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	156

СЕКЦІЯ 5. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Balykhina Anastasiia THE ROLE OF AGRICULTURAL SECTOR IN ENSURING THE PUBLIC FINANCIAL SUSTAINABILITY OF UKRAINE	160
--	-----

Рябенька М.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
м. Вінниця, Україна*

Кирилюк А.М.

*здобувач вищої освіти,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
м. Вінниця, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-475-0-30>

SMART-ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Автоматизація процесів та персоналізація послуг виступають основними векторами розвитку, що дозволяють підвищити ефективність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та поліпшити клієнтський досвід. Автоматизовані системи управління замовленнями, обслуговування клієнтів, аналізу даних, а також технології штучного інтелекту сприяють зменшенню людських помилок і підвищують швидкість обслуговування [2].

Сучасні технології змінюють сферу HoReCa, автоматизуючи процеси, покращуючи управління та обслуговування. CRM-системи та чат-боти спрощують бронювання, забезпечують швидкий зворотний зв'язок та покращують маркетингові стратегії. Розумні пристрої роблять готелі та ресторани зручнішими завдяки автоматизації процесів, безконтактним платежам і голосовим асистентам. Онлайн-маркетинг та соціальні мережі допомагають залучати нових клієнтів, підвищувати їхню лояльність і ефективно просувати послуги. Еко-дружні технології дозволяють зменшити витрати ресурсів і мінімізувати вплив на довкілля [1].

Цифрові платформи допомагають аналізувати фінансові показники, контролювати витрати та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Технологічні інновації та цифрова трансформація відіграють вирішальну роль у підвищенні рівня лояльності споживачів. Застосування SMART-технологій у сфері гостинності та ефективне стратегічне планування

сприятимуть стабільному розвитку економіки та соціальної сфери, забезпечуючи їхню адаптацію до сучасних викликів [4].

SMART-маркетинг базується на застосуванні інноваційних технологій для збору, аналізу та використання даних з метою покращення взаємодії з клієнтами. Основними технологіями та інструментами SMART-маркетингу є:

1. Big Data та AI – аналіз поведінки гостей, персоналізація пропозицій.
2. CRM-системи – автоматизація роботи з клієнтами та підвищення рівня їхньої лояльності.
3. Chatbots & Voice Assistants – покращення комунікації через віртуальних асистентів.
4. Програмовані рекламні кампанії (Programmatic Advertising) – автоматизований підхід до цифрової реклами.
5. Соціальні мережі та SMM – аналіз трендів та таргетована реклама.
6. AR та VR – створення віртуальних турів та інтерактивного досвіду [3].

У майбутньому готельно-ресторанний бізнес продовжить інтегрувати SMART-рішення для підвищення ефективності, зниження витрат та покращення взаємодії з клієнтами. Розвиток технологій, таких як Blockchain, 5G, нейромережі та генеративний AI, відкриває нові можливості для вдосконалення стратегічного маркетингу та менеджменту.

Впровадження SMART-технологій – це не просто тренд, а необхідність для готельно-ресторанного бізнесу, який прагне залишатися конкурентоспроможним у сучасному цифровому світі [5]. Основними перевагами використання SMART-технологій є підвищення рівня комфорту для гостей, скорочення витрат на персонал, оптимізація процесів бронювання, обслуговування та управління, персоналізація сервісу та підвищення лояльності клієнтів, зменшення енергоспоживання та впливу на довкілля.

В умовах економічних змін і переходу до ринкових відносин, інновації стають основним фактором, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Тому, використання SMART-технологій є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності, покращення обслуговування клієнтів та оптимізації управління.

Література:

1. Д'яконова А. К., Тітомир Л. А., Жовтяк К. О. Інноваційні технології як фактор формування стратегії управління якістю послуг в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2746/2665?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 05.02.2025).

2. Лисюк Т.В. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 67. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4686/4628> (дата звернення: 07.02.2025).

3. Пукач Я.О. Концептуальні засади цифрової трансформації підприємств індустрії гостинності. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 79. С. 227-231.

4. Чепурда Л.М., Чепурда Г.М., Матвійчук Л.Ю. Досвід застосування інноваційних технологій в практиці реалізації методів стратегічного маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. *Інновації та інновації в сфері послуг і харчування*. 2024. № 2 (24). URL: <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/120> (дата звернення: 05.02.2025).

5. Що таке SMART-цілі: що це таке та як їх ставити у маркетингу. SMART-цілі як дієвий інструмент у маркетингу. URL:<https://www.promodo.ua/blog/smart-cili-yak-staviti-efektivni-cili-u-marketingu> (дата звернення: 06.02.2025).