

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**ЗБІРНИК ПРАЦЬ
I Міжнародної науково-практичної конференції
«Підготовка конкурентоспроможних фахівців:
виклики та перспективи сучасності»**

25 лютого 2026 р.

Київ – 2026

Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового
інституту менеджменту та психології
ДЗВО «Університет менеджменту освіти»
(протокол № 2 від 9 квітня 2026 р)

«Підготовка конкурентоспроможних фахівців: виклики та перспективи сучасності»
Збірник праць I Міжнародної науково-практичної конференції «Підготовка конкуренто-
спроможних фахівців: виклики та перспективи сучасності» 25 лютого 2026 р. Кафедра
економіки, підприємництва та менеджменту. ДЗВО «Університет менеджменту освіти»
НАПН України, 2026. 400 с.

УКЛАДАЧІ:

Ольга БРУСЕНЦЕВА, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри
економіки та менеджменту ННІМП ДЗВО «Університет менеджменту освіти»,

Ольга ПОСТОЄВА, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри економіки
та менеджменту ННІМП ДЗВО «Університет менеджменту освіти»

Матеріали подано в авторській редакції
Висловлені у виданні думки належать виключно авторам
Автори опублікованих матеріалів несуть повну
відповідальність за підбір і точність наведених фактів, цитат,
статистичних даних та інших відомостей

©ДЗВО «Університет менеджменту освіти», 2026

ЗМІСТ

	Ст.
Андреєв В. О., Басюк Н. Б. СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	12
Алексеева С., Брюховецька О. В. РЕАБІЛІТАЦІЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ В УКРАЇНІ ЯК СИСТЕМА ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ	14
Аникієнко О. М., Брусенцева О. А. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ АТ «УКРПОШТА»)	19
Антошук С. В. ЦИФРОВА ГРАМОТНІСТЬ ВИКЛАДАЧА ЯК ФУНДАМЕНТ ЯКІСНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	26
Безтелесна Л. І. ОНБОРДИНГ СТУДЕНТІВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДГОТОВКИ КОНКУРЕНТНОГО ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	29
Безруков О., Калаур С. М. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРУКТУРУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ З КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК	31
Белоброва А. О., Шматько І. І., Ходирєва О.О. ЕКОЛОГІЧНІ СТАРТАПИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ ЕКОСИСТЕМИ	34
Byba V.V., Byba M.V. ACADEMIC MOBILITY OF STUDENTS AND TEACHERS AS A FACTOR OF INTEGRATION INTO THE GLOBAL EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL SPACE	37
Благой В. В., Ващенко А. І. ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	39
Благой В. В., Веденєва Д. А. ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА РИНОК ПРАЦІ	40
Благой В. В., Коваленко К. О. АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ БУДІВЕЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	42
Благой В. В., Соколов В. А. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	44
Beridze L. THE ROLE OF INNOVATION SUPPORT PROGRAMS IN THE FORMATION OF COMPETITIVE SPECIALISTS - GEORGIAN PRACTICE	46
Благой В. В., Русо Д. В. МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНЕ ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ	49

Макаренко Є. Є., Максименко Ж. В. МЕНЕДЖМЕНТ ТАЛАНТІВ У МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЯХ	226
Мардарова І. К. БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ	228
Матвійчук С., Брюховецька О. В. РОЗВИТОК ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО УПРАВЛІНСЬКОГО ЛІДЕРСТВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ ОРГАНІЗАЦІЙ	231
Махinya Т. А. ПОТЕНЦІАЛ NOTEBOOKLM У ФОРМУВАННІ ЦИФРОВИХ І ДОСЛІДНИЦЬКИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ	236
Маяровська А. С., Грекова Т. М. ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ У МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	239
Міронова Ю. В., Юрчук Н. П. ПАРТНЕРСЬКЕ НАВЧАННЯ В В2В-СЕКТОРІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ВОЄННОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	242
Meladze A. OPPORTUNITIES AND THREATS OF GEORGIA BECOMING A TRANSIT HUB	244
Myronova O., Babayev J. COMMUNICATION MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF ORGANIZATIONAL TRANSFORMATIONS	247
Морозова М. Е. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ І ВІДНОВЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У КОНТЕКСТІ ІНКЛЮЗІЇ ВЕТЕРАНІВ/-ОК	250
Мурашко О. В. ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ І ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	253
Наволокова–Гур'єва О., Морозова М. Е. ПОВЕДІНКА МЕНЕДЖЕРІВ У КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЯХ ТА УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ (на прикладі ТОВ «ТРЕЙДИНГ-СТАР»)	256
Нікітіна А., Брюховецька О. В. РОЗВИТОК ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ ДО ВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	258
Папай М. Л., Мешко Г. М. СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ КАДРОВИХ СЛУЖБ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІННЯ	262
Пахомов І. В. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ	265
Петров О., Бондарчук О. ПІДГОТОВКА ПСИХОЛОГІВ ДО РОБОТИ З ПОДРУЖНИМИ СТОСУНКАМИ В УМОВАХ СІМЕЙНИХ КРИЗ ЯК ЧИННИК ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	268

*Міронова Ю. В., кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри менеджменту
та безпеки інформаційних систем,
Юрчук Н. П., кандидат економічних наук,
доцент
доцент кафедри менеджменту та
безпеки інформаційних систем,
Вінницький національний технічний
університет*

ПАРТНЕРСЬКЕ НАВЧАННЯ В В2В-СЕКТОРІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ВОЄННОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Актуальність проблеми. Сучасні умови функціонування бізнесу в Україні характеризуються високим рівнем воєнної, економічної та інституційної нестабільності, що істотно впливає на стратегічні орієнтири розвитку підприємств, особливо у В2В-секторі. Воєнні дії, порушення логістичних ланцюгів, дефіцит ресурсів, скорочення інвестиційної активності та зростання ризиків взаємодії між контрагентами змушують підприємства переосмислювати традиційні підходи до формування конкурентних переваг і забезпечення довгострокової стійкості.

Для В2В-підприємств, діяльність яких значною мірою базується на стабільних партнерських відносинах, питання збереження та розвитку взаємодії з клієнтами і партнерами набуває особливої актуальності. В умовах воєнної нестабільності короткострокові операційні інструменти (цінові знижки, логістичні компенсації, сервісні поступки) хоча й залишаються необхідними, однак не забезпечують формування стратегічної стійкості бізнесу. Це зумовлює потребу пошуку нових, більш глибоких механізмів взаємодії, орієнтованих на довгострокову цінність партнерства.

Одним із таких механізмів виступає партнерське навчання, яке передбачає підвищення рівня обізнаності клієнтів і партнерів щодо продуктів, технологій, стандартів взаємодії та стратегічних цілей компанії. Саме навчання дозволяє перетворити класичні В2В-відносини з транзакційних у екосистемні, що є критично важливим в умовах криз та воєнних викликів.

Ступінь вивченості проблеми. Аналіз наукових джерел свідчить про зростання уваги дослідників до проблем стратегічної стійкості підприємств, розвитку В2В-відносин та управління партнерськими взаємодіями в умовах криз. У працях зарубіжних авторів значна увага приділяється адаптації В2В-стратегій до глобальних криз, зокрема пандемії COVID-19, а також ролі ресурсної залежності, довіри та взаємної підтримки між партнерами у кризових умовах [1; 2].

Вітчизняні дослідження зосереджуються на проблемах розвитку партнерського маркетингу, ефективності бізнес-комунікацій, трансформації стратегій взаємодії з клієнтами в умовах глобалізації та кризових явищ [3; 4]. Водночас більшість наукових робіт розглядає навчання клієнтів або як елемент маркетингових комунікацій, або як

допоміжний сервісний інструмент, не пов'язуючи його безпосередньо з формуванням стратегічної стійкості підприємств [5].

Недостатньо дослідженим залишається питання ролі партнерського навчання саме у B2B-секторі в умовах воєнної нестабільності, а також його впливу на довгострокову здатність підприємств зберігати та розвивати партнерські відносини за обмежених ресурсів. Це зумовлює необхідність подальших прикладних досліджень, орієнтованих на поєднання теоретичних підходів і практичного досвіду функціонування B2B-підприємств.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення теоретичних підходів та обґрунтування ролі партнерського навчання і підтримки клієнтів як ключових інструментів формування стратегічної стійкості B2B-підприємств в умовах воєнної нестабільності.

Для досягнення поставленої мети у дослідженні визначено такі завдання:

- проаналізувати інструменти B2B-стратегії з позицій їх впливу на операційну та стратегічну стійкість підприємств;
- визначити місце партнерського навчання серед інших інструментів взаємодії з клієнтами;
- здійснити експертну оцінку ефективності окремих стратегічних інструментів у кризових умовах;
- обґрунтувати доцільність використання навчання партнерів як механізму довгострокового зміцнення B2B-відносин.

Основні результати дослідження. У межах дослідження було застосовано метод експертного оцінювання з використанням підходу Delphi [6], що дозволило залучити фахівців, які мають практичний досвід роботи у B2B-секторі. Оцінювання інструментів B2B-стратегії здійснювалося за двома критеріями: операційна стійкість та стратегічна стійкість, із використанням шкали від 0 до 100 балів.

Результати експертного опитування засвідчили, що такі інструменти, як логістична підтримка, технічний сервіс та фінансова гнучкість, отримали високі оцінки за критерієм операційної стійкості, що підтверджує їх важливість для короткострокового функціонування бізнесу в умовах воєнних ризиків. Водночас за критерієм стратегічної стійкості найвищі бали присвоєно партнерському навчанню, програмам розвитку клієнтів та інформаційно-консультаційній підтримці.

Отримані результати свідчать, що навчання партнерів сприймається бізнесом не лише як сервісна функція, а як інструмент формування довіри, зниження невизначеності та інтеграції клієнтів у бізнес-екосистему підприємства. Саме через навчання формується спільне бачення цінності продукту, підвищується лояльність партнерів та зростає стійкість взаємовідносин у довгостроковій перспективі.

Висновки та пропозиції. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що в умовах воєнної нестабільності традиційні операційні інструменти B2B-стратегії є необхідними, але недостатніми для забезпечення стратегічної стійкості підприємств. Партнерське навчання виступає одним із ключових чинників, що забезпечує перехід від короткострокової адаптації до довгострокового розвитку бізнесу.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання партнерського навчання як основи для побудови стійких B2B-екосистем, орієнтованих на спільне створення цінності в умовах кризових викликів. Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом конкретних форматів навчальних програм, цифрових платформ та освітніх інструментів, які використовуються у B2B-секторі для залучення і розвитку партнерів.

Список використаних джерел

1. B2B strategies for surviving global crises: A resource dependence perspective on the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, Volume 172, 2024. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829632300807X?utm_source=chatgpt.com
2. Systematic literature review of supply chain relationship approaches amongst business-to-business partners. *Sustainability* 13 (21), 2021. https://www.mdpi.com/2071-1050/13/21/11935?utm_source=chatgpt.com
3. Збірник наукових праць XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «B2B MARKETING», 2025 (B2B marketing processes). https://b2b-marketing-proc.fmm.kpi.ua/article/view/337738/326178?utm_source=chatgpt.com
4. Ефективність бізнес-комунікацій в розвитку підприємництва в умовах глобалізації / Чобіток В.І., Гавриш О.М. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2024. <http://btie.kart.edu.ua/article/view/330626>
5. Вплив криз на стратегії взаємовідносин з клієнтами підприємств малого та середнього бізнесу / Маєрська В.О., Летуновська Н.Є. *Підприємництво і торгівля*, 2025. https://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/1802?utm_source=chatgpt.com
6. Міронова Ю. В. Грабовецький Б. Є. Використання методу колективних експертних оцінок “Дельфі” для вибору оптимального показника оцінки ефективності використання робочої сили. *Вісник ВПІ*. Вінниця : ВНТУ, 2009. № 4. С. 33–38.

UDC 339.9

*Meladze A., Doctor of Business Administration,
Batumi Shota Rustaveli State University*

OPPORTUNITIES AND THREATS OF GEORGIA BECOMING A TRANSIT HUB

Abstract. Relevance of the topic. In the modern world, a country's geographical location has become one of the main instruments of economic and political power and influence. The geopolitical situation of a country represents an important resource, the proper use of which is the most important strategic task of states. Given that today Georgia is involved in global processes of developing transport and energy corridors connecting Europe and Asia, its strategic location is taking on a completely new significance. At the same time, the global competitive environment forces states to use their capabilities and advantages as effectively as possible in