



**ОСВІТНІ І КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ
В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ
У МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-
ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР
В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**VI Міжнародної науково-практичної конференції
студентів та молодих вчених**

10-11 квітня 2025 року

Запоріжжя
Україна

Міністерство освіти і науки України
Департамент освіти і науки Запорізької обласної державної адміністрації
Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія»
Запорізької обласної ради

Ministry of Education and Science of Ukraine
Department of Education and Science of Zaporizhzhia Regional State Administration
Municipal Institution of Higher Education "Khortytsia National Educational and Rehabilitation Academy"
of Zaporizhzhia Regional Council



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених
«ОСВІТНІ І КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ
У МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ»

BOOK OF ABSTRACTS

of the VI International scientific and practical conference of students and young researchers
"EDUCATIONAL, CULTURAL AND ARTISTIC PRACTICES IN THE CONTEXT OF UKRAINE'S
INTEGRATION INTO INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND INNOVATIVE SPACE UNDER WARTIME
CONDITIONS"

10-11 квітня 2025 року
April 10-11, 2025

Запоріжжя, Україна
Zaporizhzhia, Ukraine

*Рекомендовано до друку Вченою радою комунального закладу вищої освіти
«Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради
(протокол № 6 від 30 квітня 2025 року)*

Редакційна колегія:

В. В. Нечипоренко (відповідальний редактор), доктор педагогічних наук, професор, Хортицька національна академія;

Н. М. Гордієнко, доктор соціологічних наук, професор, Хортицька національна академія;

М. С. Кудінова, кандидат психологічних наук, доцент, Хортицька національна академія;

О. М. Галієва, кандидат психологічних наук, Хортицька національна академія;

О. О. Сташук, кандидат педагогічних наук, доцент, Хортицька національна академія;

Г. Б. Глущенко, старший викладач, Хортицька національна академія;

О. В. Макаренко, методист, Хортицька національна академія.

Бібліографічні редактори:

Прохорова С. П., бібліотекар-бібліограф, Хортицька національна академія;

Двореченцева А. С., методист, Хортицька національна академія;

Ковальова М. В., методист, Хортицька національна академія;

Чеснокова Е. Ю., методист, Хортицька національна академія.

О 72 **Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу** : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя, 10-11 квітня 2025 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 2025. 992 с.

Educational, Cultural and Artistic Practices in the Context of Ukraine's Integration into the International Scientific and Innovative Space under wartime conditions : Book of Abstracts of the VI International scientific and practical conference of students and young researchers (Zaporizhzhia, April 10-11, 2025) / General editor V. Nechyporenko. Zaporizhzhia : Publishing House of Khortytsia National Academy, 2025. 992 p.

ISBN 978-617-7929-19-1

Збірник містить тези доповідей учасників VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу», приуроченої до Дня науки в Україні та організованої науково-педагогічним колективом Хортицької національної академії у співпраці з українськими і зарубіжними партнерами. Опубліковані тези доповідей розкривають специфіку й інноваційний досвід розв'язання актуальних проблем освітніх і культурно-мистецьких практик у глобальному громадянському суспільстві з урахуванням наукових досліджень і практичної діяльності у галузях початкової освіти, корекційної педагогіки, спеціальної психології, фізичної терапії, ерготерапії, соціальної роботи та соціальної педагогіки, сучасних тенденцій розвитку мистецтва, дизайну, соціально-гуманітарних наук, менеджменту та туризму.

Збірник адресовано науково-педагогічним працівникам, аспірантам, студентам і широкому колу фахівців суспільно-гуманітарного профілю.

Редакційна колегія може не поділяти концептуальні ідеї авторів та інтерпретаційні підходи, репрезентовані у змісті тез. Відповідальність за достовірність поданих матеріалів, наведених цитат, статистичних та емпіричних даних несуть учасники та їхні наукові керівники згідно з юридичними й етичними нормами академічної доброчесності.

УДК 373.3:376-056.264(477)[37:001.83(100)]-044.247"36"

ISBN 978-617-7929-19-1

© Автори тез, 2025

© Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, 2025

Діденко Анастасія Володимирівна,
здобувач 1 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент,
Хортицька національна академія,
м. Запоріжжя, Україна
Науковий керівник – **Юхновська Ю.О.,**
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та туризму,
Хортицька національна академія,
м. Запоріжжя, Україна

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Останніми роками через демографічні та соціально-економічні чинники посилюється конкуренція між закладами вищої освіти, що призводить до все більшого використання ними різноманітних маркетингових заходів щодо формування та посилення власного бренду, який є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств та організацій. Тому наразі стають все більш актуальні роботи, що присвячені ефективному управлінню брендом.

Оксфордський словник визначає Бренд як «конкретну марку товару та ідентифікаційну торгову марку, етикетку тощо. Ідентифікований знак, випалений на худобі чи колишніх ув'язнених тощо гарячою праскою, шматком палючого тліючого або обвугленого дерева». У статті [1] бренд освітніх послуг ЗВО розглядають як «комплекс інформації про навчальний заклад в цілому (кадровий потенціал, матеріально-технічна та навчально-матеріальна база, місце ЗВО в соціально-економічному просторі регіону та ін.), спектр освітніх послуг, що надаються, для всіх груп населення». Бренд закладу освіти «формує лояльність, цінність, імідж, привертає потенційних споживачів до освітньої послуги, транслює цінності, які ЗВО розповсюджує в процесі підготовки фахівців, демонструє відкритість освітньої установи і участь у вирішенні економічних і соціальних проблем» [2]. Таким чином, існує необхідність формування системи організації та управління брендом, тобто бренд-менеджменту, який є одним із важливих елементів ділової активності закладу освіти, що створює умови для його успіху [3].

Як зазначають у [4] сильний бренд є найціннішим активом для організації, зокрема і для закладів освіти. Проте брендинг для ЗВО є складнішим процесом частково через різноманітність сектора та фрагментацію великої кількості зацікавлених сторін, тому потребує створення цілої екосистеми для сприяння ширшій системній перспективі спільного створення ідентичності бренду всіма стейкхолдерами.

У дослідженні [5] виокремлюються чотири важливі елементи стратегічного управління брендом в освітньому контексті (рис. 1):

- 1) стратегічне партнерство зі стейкхолдерами;
- 2) постійне вдосконалення, адаптація та інновації;
- 3) залучення громади та зв'язки з громадськістю;
- 4) винятковий досвід студентів, викладачів та співробітників.

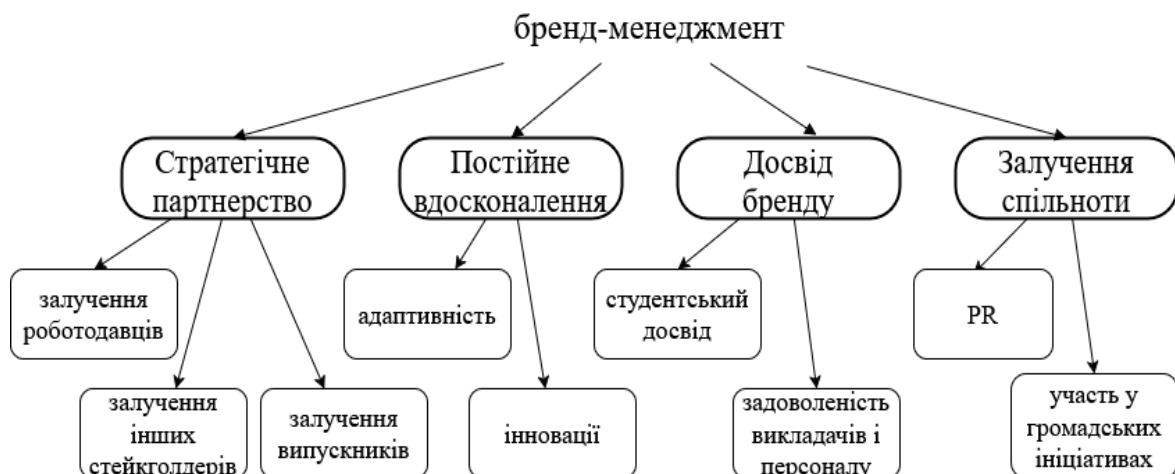


Рис. 1. Концепція базових елементів стратегічного бренд-менеджменту в освітніх установах
(побудовано на основі [5])

Стратегічне партнерство в контексті закладів освіти охоплює такі категорії, як зв'язки з представниками профільних галузей та залучення випускників [5]. Галузеві зв'язки при налагодженій співпраці сприяють підвищенню довіри до закладу та надання студентам реальних можливостей щодо отримання практичних навичок та працевлаштування. Водночас співпраця з випускниками має на меті створення прихильників бренду та використання їхніх історій успіху. Ці стратегічні ініціативи сприяють загальній обізнаності про бренд навчального закладу, довірі до нього та його здатності пропонувати студентам прогресивний освітній досвід, поєднуючи академічну теорію з практичними кейсами. Постійне вдосконалення в освітньому бренд-менеджменті, яке проявляється через адаптивність та інновацій, формуючи цілісну концепцію у прагненні досконалості в освітніх установах [5]. Одним з невідмінних аспектів залучення громади до управління освітнім брендом є активна участь у громадських ініціативах [5]. Освітні заклади формують різноманітні програми партнерства з місцевими підприємствами, громадами, здійснюють різноманітні проекти на громадських засадах, проекти співпраці з громадськими організаціями, які спрямовані на розв'язування суспільних проблем. Завдяки цим зусиллям заклади освіти не лише роблять внесок у суспільний добробут, але й зміцнюють імідж свого бренду, ставуши соціально відповідальними організаціями. Елемент Досвід бренду передбачає студентський досвід та задоволеність викладачів та працівників закладу. Формування позитивного ставлення до бренду закладу з боку здобувачів освіти вимагає створення сучасної навчальної програми, створення сприятливого освітнього середовища, наявності додаткових послуг, яскравого студентського життя, наявності гуртожитку тощо. Необхідне створення сприятливого робочого мікроклімату для викладачів і співробітників, сприяння можливостям професійного розвитку та визнання їхнього внеску – все це сприяє міцному інституційному бренду. Такий підхід до побудови бренду не тільки покращує репутацію закладу та залучає талановитих людей, але також створює основу для стійкого успіху та сприяє розвитку динамічної та залученої освітньої спільноти [5].

Важливу роль у формуванні бренду закладів освіти та довіри до нього відіграють інформаційні сайти ЗВО та соціальні мережі (наразі кількість користувачів соціальних мереж складає 43% населення і ця кількість постійно зростає). Головною зацікавленою стороною у розміщенні актуальної та розширеної інформації на сайтах ЗВО виступають головні споживачі їх послуг – вступники [6]. Як зазначають у дослідженні [7], 68% першокурсників відзначають сайти ЗВО як найбільш популярне джерело інформації та 71% користувалися ними для отримання інформації про майбутню спеціальність. Тобто маркетингова діяльність закладів вищої освіти в соціальних мережах є важливим складником зв'язку зі вступниками.

Отже, в умовах трансформації погляду на вищу освіту, демографічної кризи та соціально-економічної нестабільності позитивний бренд ЗВО стає все більш важливим для створення конкурентних переваг закладів, а ставлення до нього є одним із найважливіших індикаторів довіри та іміджу організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сорока О. В., Кривцова М. С. Бренд закладу вищої освіти – основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 19. С. 65–70.
2. Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртчян О. М. Формування стратегії бренд-менеджменту в сфері освітніх послуг. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.80.
3. Лищенко М. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-80>.
4. Nguyen B., Melewar T. C., Hemsley-Brown J. Introduction to strategic brand management in higher education. *Strategic brand management in higher education*. 2019. P. 1–21.
5. Wulyatiningsih T., Mandagi D. W. A systematic review of strategic brand management in educational institution: towards an integrative approach. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*. 2023. № 4 (2). P. 2961–2972.
6. Бакурова А.В. Діденко А.В. Система забезпечення інформаційної прозорості вищої освіти в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 6 (80). С. 132–139. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-6-19>.
7. Куделя М., Жерьобкіна Т. Вибір вищої освіти після школи : звіт за результатами дослідження. Київ : Аналітичний центр Cedoss, 2020. 80 с. URL: <https://cedoss.org.ua/pdf/doslidzhennia-vybir-vyshchoi-osvity-pislia-shkoly.pdf> (дата звернення: 16.11.2025).

РОЗДІЛ 7

ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Алексєєнко Данило Максимович ЗМІНИ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	841
Алексєєнко Данило Максимович РИНКОВЕ ТА АДМІНІСТРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯМ НА РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ.....	843
Артеменко Марина Сергіївна, Василець Євгенія Миколаївна, Єлінецька Ірина Олегівна НЕПРЯМИЙ ТА ПРЯМИЙ ЕКСПОРТ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДЛЯ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	845
Бєлов Олександр Анатолійович ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	846
Бондаренко Олександра Денисівна ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В БІЗНЕСІ ТА ЙОГО ЗАВДАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	848
Брагіна Милана Денисівна КУЛЬТУРНІ ВІДМІННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УСПІХУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	849
Брагіна Милана Денисівна ПОТОЧНІ ВИКЛИКИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕСІ.....	852
Бутко Кароліна Вячеславівна РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	853
Бутко Кароліна Вячеславівна ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	854
Волошиновський Віталій Володимирович УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ (HR) В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ТА ІНШИХ КРИЗ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	856
Гивель Вікторія Богданівна, Керда Каріна Ростиславівна, Михальський Богдан Васильович БЕЗПЕКА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	858
Горобець Ксенія Владиславівна МАЙБУТНЄ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	859
Горобко Роман Ярославович ІНСТРУМЕНТИ БЕЗПЕКОВОГО МЕХАНІЗМУ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	861
Громова Анна Олександрівна ЗМІСТОВНИЙ АНАЛІЗ КАТЕГОРІЇ «АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ»: СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ КРИЗ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	862
Даниленко Юлія Сергіївна АДАПТИВНІ HR-СТРАТЕГІЇ ЯК ФАКТОР СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	863
Дзяпка Андрій Миколайович ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ.....	865
Діденко Анастасія Володимирівна БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ.....	867
Дроботова Марина Володимирівна, Данильчук Ганна Борисівна ПРОЕКТ «ВІРТУАЛЬНИЙ ТІЦ» - АКТУАЛЬНА ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ.....	869
Зеленюк Ілля Валерійович ІНДИВІДУАЛЬНІ МЕТОДИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВІ ПРОЦЕСУ ОНБОРДИНГУ ПЕРСОНАЛУ.....	872
Казамацький Дмитро Анатолійович МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ.....	873
Карпій Катерина Сергіївна SCRUM-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ.....	874
Коваленко Олександр Вікторович, Шейко Віталій Ілліч РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС.....	876
Кравець Олена Валеріївна СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ.....	878
Крутас Еліза Олегівна СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН.....	880
Крутас Еліза Олегівна СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ВАЖЛИВІСТЬ ЕТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ.....	881
Куторай Анастасія Миколаївна ФЕСТИВАЛЬ ШАМПАНСЬКОГО – ВАЖЛИВА ПОДІЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У РЕГІОНІ ШАМПАНЬ ФРАНЦІЇ.....	883
Луцик Ірина Михайлівна ТУРИСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ.....	884
Макаренко Микола Петрович ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ІСТОРИЧНОЇ АРХІТЕКТУРНОЇ СПАДЩИНИ У ТУРИЗМІ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ.....	886