

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
ІНСТИТУТ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ НАПН УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ВСЕУКРАЇНСЬКЕ ТОВАРИСТВО «РІДНА ШКОЛА»
AUTONOMOUS UNIVERSITY OF ZACATECAS (MEXICO)
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION (EIDV) (SLOVAKIA)
ISRAEL TRAUMA COALITION (ISRAEL)
Sky Tel OÜ (Estonia)

DOI <https://doi.org/10.59647/978-617-520-999-8/1>

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

VII Міжнародної конференції

**Актуальні проблеми освітнього
процесу в контексті європейського вибору України**

14 листопада 2024 року

Київ
Видавництво Ліра-К
2025

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету будівництва і архітектури
(протокол № 27 від 29 листопада 2024 р.)*

Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України: матеріали VII Міжнародної конференції (14 листопада 2024 року). – Київ : Видавництво Ліра-К, 2025. – 728 с.

ISBN 978-617-520-999-8

У матеріалах VII Міжнародної конференції «Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України» висвітлюються актуальні питання професійної (професійно-технічної) освіти: вітчизняний та зарубіжний досвід; психолого-педагогічне забезпечення освітнього процесу; сучасні виклики; сучасні проблеми викладання інженерно-технічних та гуманітарних дисциплін.

Матеріали конференції розраховані на науково-педагогічних, наукових працівників у галузі педагогіки, психології, соціології, викладачів, аспірантів, студентів, а також на соціальних педагогів, соціологів, практичних психологів і соціальних працівників.

*За зміст поданих матеріалів несуть відповідальність
їх автори.*

УДК 37.09

Список використаних джерел

1. Камала Софт. Облік в будівництві: особливості та порядок автоматизації. URL: <https://kamala-soft.com/uk/blog/uchet-v-stroitelstve-osobennosti-i-poryadok-avtomatizatsii/>
2. Гевлич Л. Л., Гевлич І. Г. Бухгалтерська справа: навчальний посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. 132 с.

УДК 159.98:658(075.8)

Беднов Сергій Олександрович,

здобувач вищої освіти академічної групи ПСМ-23-1

Державного податкового університету;

науковий керівник: Калениченко Руслан Арсенович,

кандидат психологічних наук, доцент,

доцент кафедри професійної освіти

Київського національного університету будівництва і архітектури;

доцент кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін

Державного податкового університету

ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ УСПІШНИХ ПРОДАЖІВ У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

У веденні бізнесу важливо постійно залучати нових клієнтів та збільшувати обсяги продажу. Це вимагає використання різноманітних методів просування: реклами, спеціальних пропозицій, знижок, безкоштовної доставки та ін. Кожен з цих інструментів допомагає привернути увагу споживачів та сприяє розвитку бізнесу, одночасно задовольняючи потреби клієнтів.

Окрім цього, важливо подумати над тим, як здійснити апсейлінг — продаж додаткових товарів або послуг своїм клієнтам. Це дозволяє розробити унікальні стратегії, які можуть привести до збільшення середнього чека та суттєвого прибутку. Якщо ви зрозумієте, як ефективно застосовувати апсейлінг, це не лише збільшить ваш дохід, але й допоможе створити лояльність серед покупців, адже люди завжди готові додати щось додаткове в свій кошик як бонус [1].

Давайте розглянемо, що можна вжити для успішного апсейлінгу та які методи допоможуть досягти результату.

Апсейлінг — це інструмент, який допомагає збільшити чек та спонукати клієнта придбати більше товарів або обрати дорожчі. Аналізуючи конкретного клієнта або вашу цільову аудиторію в цілому, ви можете зрозуміти, які товари

пасують один до одного, і запропонувати щось таке за іншою ціною. Також ви можете запропонувати щось трохи дорожче, ніж фактичний товар, який клієнт перевіряє.

У більшості випадків люди просто не знають, чого хочуть, і можуть купити щось трохи дорожче. Ви завжди можете запропонувати кілька товарів тієї ж категорії, які будуть в гармонії з товарами, які користувач додав до кошика. Наприклад, якщо користувач купує пару джинсів, запропонуйте ремінь.

Клієнти часто прагнуть отримати більше, ніж спочатку планували придбати. Наприклад, купуючи одну плитку шоколадки, вони будуть раді отримати ще одну за зниженою ціною або як подарунок. Це не тільки приносить їм задоволення, але й зміцнює їхню прив'язаність до вашого бренду. Коли ви даруєте своїм покупцям позитивні емоції, вони знову повертаються і готові витратити більше.

Кожен бізнес має свої унікальні переваги у вирішенні проблем клієнтів, тому важливо підкреслювати ці сильні сторони. Люди купують те, що їм справді необхідно, і зазвичай орієнтуються на якість, а не на найнижчу ціну. Найдешевші варіанти не завжди задовольняють їхні потреби, особливо коли йдеться про довговічність чи важливість продукту.

Для початку ви повинні точно розуміти, що вам потрібно і як ви плануєте це реалізувати. Є багато маркетингових стратегій для різних цілей, але вам потрібно вибрати ту, яка найкраще відповідає вашим інтересам.

Найбільш ефективні техніки апсейлінгу:

Up-sell (підвищення продажу): Коли покупець обирає товар, ви можете запропонувати йому покращену версію з додатковими функціями або новішою моделлю. Наприклад, якщо ви продаєте електроніку, запропонуйте йому більш сучасну модель з кращими характеристиками. Вона може бути трохи дорожчою за попередній варіант, але при цьому ще залишається вигідною покупкою для клієнта. Таким чином, обидві сторони отримують вигоду.

Cross-sell (перехресний продаж): Коли покупець вже вибрав товар, можна запропонувати додаткові продукти, що доповнюють основний. Якщо ви продаєте чашки, запропонуйте до них тарілки, або, якщо пропонуєте записники, можна запропонувати йому канцтовари. Такі пропозиції можуть бути тим, що клієнти забули або не врахували при покупці.

Add-on (додатковий товар): Це техніка, коли ви пропонуєте додаткові продукти, що додають цінності основному товару. Наприклад, це може бути розширена гарантія на техніку або аксесуари, які підвищують функціональність продукту.

Bundle (пакетна пропозиція): Ви можете запропонувати кілька товарів як комплект за спеціальною ціною. Такий метод часто використовується в інтернет-магазинах, наприклад, для продажу косметики, коли покупець отримує декілька продуктів за зниженою вартістю.

За допомогою простих психологічних трюків продавці змушують вас купувати навіть те, чого ви не бажали. Кореспондент BBC Future дослідив тасмниці комерції. Тасмничі ефективні стратегії продажу від кореспондента BBC Future:

1. Некоректне порівняння.
2. Акцент на соціальних подібностях.
3. Створення ілюзії попиту.
4. Розподіл переваг, поєднання витрат.
5. Апеляція до почуття обов'язку.
6. Вплив емоційного стану.

Соціальний психолог Стів Мартін вважає, що люди особливо вразливі перед маніпуляціями, коли втрачають емоційну рівновагу або невпевнені у правильності своїх дій. «У такому стані ми не маємо ані часу, ані можливості спитати себе, яке рішення буде правильним», — каже він [2].

Ідеї, які можуть ще допомогти вам з підвищенням продажу продуктів:

- Пропонуйте нагороду.
- Вигідно порівнюйте продукти.
- Вивчайте вподобання клієнтів.
- Пропонуйте товари.
- Безкоштовна доставка.
- Бонусні товари.
- Написання електронних листів.
- Реферальна програма.
- Членство.
- Допоможіть клієнтам.
- Знижки.
- Створіть пропозицію, доступну лише на короткий період часу.
- Покажіть людям, що інші думають про ваші продукти та послуги [1].

Апсейлінг продуктів – це не лише про прибуток, а й про щасливих та лояльних клієнтів, які повертатимуться до вашого бізнесу знову і знову. Немає нічого кращого, ніж постійний клієнт, що купує у вас та говорить друзям про ваші чудові пропозиції.

Список використаних джерел

1. 13 ідей, як збільшити продажі завдяки допродажу клієнтам. Claspo. URL: <https://claspo.io/ua/blog/13-ideas-for-how-to-upsell-your-customers-and-increase-sales/>
2. Як нас змушують купувати: шість ефективних прийомів. BBC NEWS Україна. URL: <http://surl.li/nmhfms>
3. Психологія бізнесу: навч. посібник / Р. А. Калениченко, А. С. Коханець, О. О. Нежинська. – Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. – 270 с.
4. Основи психології та конфліктології для фахової підготовки економістів: навчальн. посіб. для галузі знань «Економіка і підприємство» / Р. А. Калениченко, О. Є. Харіна, К. М. Доценко; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України. – Ірпінь, 2016. – 308 с.

УДК 331.101.3

Білоус Анна Юрївна,

*здобувач вищої освіти академічної групи ПСМз-23-2
Державного податкового університету;*

науковий керівник: Клевець Любов Миколаївна,

кандидат психологічних наук,

*доцент кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін
Державного податкового університету, лікар-психіатр*

ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ УСПІХУ У ПІДПРИЄМЦІВ

Якщо говорити про фактори, які здійснюють вплив на формування мотивації успіху у підприємців, то слід відмітити, що в сучасній психологічній літературі здебільшого представлено лише результати досліджень факторів, які заважають успішному виконанню роботи [1; 2]. На думку багатьох дослідників, ефективній роботі їх можуть перешкоджати відсутність стабільного складу колективу або недостатність кваліфікованих фахівців, недостатня автономія його членів, низький рівень взаємозалежності та відсутність орієнтації на спільну справу [3].

Серед факторів, які впливають на високі результати роботи, виділяється структура колективу (гетерогенність, чисельність, якісний склад спеціалістів), рівень мотивації, стосунки в середині колективу (автономія, прийняті норми і традиції, процеси та способи прийняття рішень).

Не менш важливим аспектом успішної роботи виробничих колективів, є високий рівень організації та розумне управління. В даному контексті варто розглянути концепцію, запропоновану американськими психологами

ТЕМИ ДОПОВІДЕЙ ДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПІД КЕРІВНИЦТВОМ ВИКЛАДАЧІВ

*Афанасьєва Людмила Миколаївна, науковий керівник: Готра Олена
Броніславівна*

ШЛЯХИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО НАСИЛЛЯ
У СПІВРОБІТНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ.....533

*Бакка Олександр Леонідович, науковий керівник: Овдієнко Ірина
Михайлівна*

ФАКТОРИ МОТИВАЦІЇ ПРЕДСТАВНИКІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО
БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....535

Банях Зоряна Олегівна, науковий керівник: Мирослава Зінченко

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРІЇ У ЦИФРОВІЙ
ЕКОНОМІЦІ.....538

*Бєднов Сергій Олександрович, науковий керівник: Калениченко Руслан
Арсенович*

ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ УСПІШНИХ ПРОДАЖІВ У БІЗНЕС-
СЕРЕДОВИЩІ.....542

Білоус Анна Юріївна, науковий керівник: Клевець Любов Миколаївна

ПСИХОЛОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ УСПІХУ У
ПІДПРИЄМЦІВ.....545

*Бітюцька Марина Володимирівна, науковий керівник: Берташ Марія
Ігорівна*

СТІЙКІСТЬ ДО СТРЕСУ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО
СТАНУ.....549

*Благодушко Андрій Володимирович, науковий керівник: Сова Маргарита
Олександрівна*

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ВИКЛАДЕННЯ МАТЕРІАЛІВ ЗА
ДОПОМОГОЮ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ОНЛАЙН ОСВІТИ552

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ
В КОНТЕКСТІ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ

Збірник матеріалів

VII Міжнародної конференції

(Київ, 14 листопада 2024 року)

Керівник видавничого проєкту *Віталій Зарицький*

Підписано до друку 03.01.2025. Формат 60x84 1/16.
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Умовн. друк. аркушів – 42,31. Обл.-вид. аркушів – 35,24.
Тираж 300

Виготовлювач: ТОВ «Видавництво Ліра-К»
Свідоцтво № 3981, серія ДК.
03142, м. Київ, вул. В. Стуса, 22/1
тел.: (050) 462-95-48; (067) 820-84-77
Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net