

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ**  
**РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ**



**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

II Всеукраїнської науково-практичної конференції  
здобувачів вищої освіти та молодих науковців

**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**  
**БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

17 листопада 2022 року

Рівне

2022

Відповідальна за випуск д. е. н., професор Дейнега І. О.

*Рекомендовано до видання Вченою радою  
Рівненського державного гуманітарного університету,  
протокол № 11 від 24.11.22 р.*

**Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів:** II Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, 17 листопада 2022 р.: [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2022. – 223 с.

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень здобувачів вищої освіти та молодих науковців, що стосуються тенденцій розвитку бізнесу в умовах невизначеного середовища, а також пропозиції щодо їх врахування при управлінні діяльністю організацій.

Розраховано на здобувачів вищої освіти, науковців, викладачів закладів вищої освіти, фахівців із економіки, маркетингу та управління, підприємців, представників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Матеріали подано у авторській редакції. За достовірність даних та унікальність поданого до друку матеріалу відповідальність несуть автори.

УДК 338.242.2

© Рівненський державний гуманітарний  
університет, 2022

## Використані джерела

1. Інтернет-магазин одягу. URL: <https://artjoker.ua/uslugi/sozdanie-saitov-magazinov-odegdy/> (дата звернення: 12.11.2022)
2. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР), 2003, № 31-32, ст. 263. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> (дата звернення: 12.11.2022)

## БАЗОВІ ПІДХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Вовк С. В., здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня*

**Самборський І. О., к.е.н., доцент**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Сфера охорони здоров'я включає широкий комплекс стейкхолдерів, зокрема постачальників і покупців, регуляторів і безпосередніх постачальників, а також окремих пацієнтів і прийняття ними рішень. До них належать пірамідальні та мережеві організації та прийняття етичних рішень на основі суспільних інтересів, розподіл ресурсів, вибір пріоритетів і забезпечення певних кодексів, законів та етичної поведінки [1].

В епоху COVID-19, соціально-політичних викликів, обумовлених повномасштабною війною в Україні, якість процесів системи охорони здоров'я стає дедалі важливішим фактором надання якісної медичної допомоги та успіху діяльності закладів охорони здоров'я. Враховуючи широкий спектр впливу, вдосконалення цього процесу нерозривно пов'язано з забезпеченням кращих результатів при менших витратах.

На сьогодні об'єктивними викликами системи охорони здоров'я є також неефективне управління, високі витрати на медичні препарати відносно рівня життя населення. На системному рівні проблеми включають обмежену

інтеграцію та координацію різних медичних закладів між собою, неадекватні механізми та процедури зворотного зв'язку, викривлені фінансові стимули та слабе регулювання. Ці виклики виникають на тлі старіння населення, переважання хронічних захворювань, підвищення фінансової нестабільності, появи нових медичних технологій та фармацевтичних препаратів, зростаючої частки приватної медичної допомоги та збільшення суспільних очікувань.

Удосконалення управлінських процесів у сфері охорони здоров'я є одним із важливих рушійних сил стратегії її трансформації, спрямованої на підвищення якості медичного обслуговування при зниженні витрат. Процеси охорони здоров'я включають госпіталізацію та виписку, а також діяльність відділень невідкладної допомоги, транспортування пацієнтів до різних закладів, прийом ліків, логістику пацієнтів тощо. Таким чином, управлінські процеси сфери охорони здоров'я впливають на перебіг операцій, досвід пацієнтів і задоволеність роботою лікарів у всій системі охорони здоров'я. Крім того, в епоху COVID-19 оптимізування внутрішніх процесів закладу охорони здоров'я стає все більш важливими для забезпечення якості надання допомоги хворим на COVID-19 та їх відновлення, а також для продовження надання допомоги пацієнтам, що не хворіють на COVID-19. Постійне вдосконалення процесів охорони здоров'я, менеджмент яких здійснюється на підставі об'єктивних даних, є важливою передумовою функціонування системи охорони здоров'я.

Переповненість відділень невідкладної допомоги спричиняє зростання смертності, тривалості перебування та витрат на госпіталізованих пацієнтів. Час очікування у відділенні невідкладної допомоги та пацієнти, які залишають відділення не отримавши кваліфікованої медичної допомоги, є показниками переповненості таких відділень. Управлінський підхід, який базується на прийнятті рішень на підставі отриманих даних досліджень управлінських процесів, усуває загальні чинники переповненості відділень швидкої допомоги та забезпечує перепроєктування або надання невідкладної допомоги: розуміння продуктивності невідкладної допомоги, перегляд

продуктивності робочих процесів, перегляд штатного розпису, встановлення очікувань лідерства, покращення досвіду пацієнта [2].

Застосовуючи принципи економії, заклади охорони здоров'я можуть зменшити витрати, одночасно підвищуючи якість медичної допомоги. Цей підхід до вдосконалення процесу передбачає застосування суворого вимірювання клінічних даних до звичайного надання медичної допомоги, що дозволяє системам охорони здоров'я визначати найкращі протоколи та включати їх у клінічний робочий процес. Коли команди використовують дані з цих найкращих практик у циклі безперервного навчання, то це дозволяє оновлювати протоколи та покращувати їх у всій організації, що зрештою знижує витрати та покращує доступ до медичної допомоги.

Система охорони здоров'я може використовувати прогностичні моделі для покращення логістики пацієнтів для різних відділів у всій організації. Покращення логістики пацієнтів у лікарні призводить до скорочення часу їх очікування, зниження частки понаднормової роботи персоналу, покращення результатів лікування пацієнтів та підвищення рівня задоволеності пацієнтів і лікарів.

Система охорони здоров'я може покращити результати, визнаючи, де і як невідповідність впливає на результати, і зменшити небажані відхилення. Менеджмент індустрії охорони здоров'я, як правило, при формуванні управлінських рішень орієнтується на кінцеві показники, проте самі по собі ці показники не допоможуть організаціям досягти своїх цілей щодо підвищення якості медичних послуг та зниження витрат. Натомість системи охорони здоров'я мають отримати більш деталізовані дані шляхом відстеження процесів. Це дає можливість виявити першопричину збоїв системи охорони здоров'я і в подальшому гарантує, що заклад охорони здоров'я надасть належну допомогу кожному пацієнту.

Удосконалення управлінських процесів є постійним пріоритетом для менеджменту закладу охорони здоров'я як рушія всіх заходів і результатів системи охорони здоров'я. Вдосконалення процесів, які заклади охорони

здоров'я можуть контролювати, має першорядне значення для задоволення потреб у сфері охорони здоров'я як під час пандемії або війни, так і поза ними. Розширені інструменти аналітики та перевірені набори навичок медичних працівників та менеджменту закладу охорони здоров'я дозволять вдосконалити управлінські процеси, отримати кращі результати за нижчих витрат.

### **Використані джерела**

1. Tulchinsky T. H., Varavikova E. A. Planning and Managing Health Systems. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7171900/> (дата звернення: 10.11.2022)
2. Healthcare process improvement: six strategies for organizationwide transformation. URL: <https://www.healthcatalyst.com/insights/healthcare-process-improvement-6-strategies> (дата звернення: 10.11.2022)

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ**

*Ганій М.П., здобувач вищої освіти*

**Наконечна Т. В., к. е. н., доц.**

*Національний університет «Львівська політехніка»*

На сьогоднішній день сфера медицини в Україні безперервно розширюється та задовольняє все більшу кількість потреб жителів країни. Завдяки інноваційній медичній реформі [2] та розширенні напрямків медицини загалом, змінились і потреби клієнтів, адже зараз мати здоровий та гарний зовнішній вигляд стає дедалі більше популярним, відповідно клієнти готові витратити на це гроші. Очікування людей від сервісу у медичних центрах невпинно зростають, а пацієнти стають вимогливими клієнтами [3].

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІКА</b>	<b>4</b>
Антонюк О.М., Чата Р.В., Федун Ю.В., Скрипчук П.М. ЗАСАДИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	4
Брелюс І.М., Безтелесна Л.І. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ, СПОСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЇ	6
Вальковець В.В., Юськів Б.М. АТ «УКРПОШТА» – СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	9
Величко С.В., Юськів Б.М. ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖІВ ТЕХНІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	12
Вильчик А.А., Пляшко О.С. ДОХОДИ ВІД МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: АЛЬТЕРНАТИВИ ОПОДАТКУВАННЯ У ФІЗИЧНИХ ОСІБ	15
Гармаш С.В., Перерва П.Г. ФАКТОРНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	17
Живюк Р.Р., Петрова О.М. ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙН ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	21
Жифарський Д.С., Пляшко О.С. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	25
Зіненко К.А., Кобелева Т.О. ТЕХНОЛОГІЯ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	28
Кайстрия В.В., Вряниченко О.В. ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА	33
Кобелева А.В., Перерва П.Г. ПРИЧИНИ НИЗЬКОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	36
Липінська Т.В. ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ПОДАННЯ ЗВІТНОСТІ ЗА УМОВ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	41

Мамай Б.В., <i>Фроленкова Н.А.</i> ГУМАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	45
Обарчук Е.В. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	48
Павлюк Д.П., <i>Пелех О. Б.</i> РОЗВИТОК СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	51
Паймаш П.Г., <i>Перерва П.Г.</i> ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ІНВАЛІДІВ ВІЙНИ	54
Плисак В.Ю., <i>Пелех О. Б.</i> ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНИ НАПЕРЕДОДНІ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ	59
Пляшко О.С. СУЧАСНІ АЛЬТЕРНАТИВИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	62
Свіщова Н.С., <i>Перерва П.Г.</i> ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	64
Смоляк С.О., <i>Русіна Н.Г.</i> ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	69
Стахнюк С.О., <i>Безтелесна Л.І.</i> БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	72
Товажнянський П.В., <i>Перерва П.Г.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ АУТСОРСИНГУ	75
Целінська А.А., <i>Перерва П.Г.</i> УНІВЕРСИТЕТСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА МЕТОДОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ	79
Хромець Н.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ	83
<b>СЕКЦІЯ ІІ. МАРКЕТИНГ</b>	87
Андріюк А.О., <i>Попко О. В.</i> ДІАГНОСТУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	87



Бабко Н.М. DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ	91
Бойчук І.О., Дейнега І. О. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТОВ «ILOUNGE»	95
Вальковець В.В., Дейнега О.В. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ	98
Вильчик А.А., Якубовська Н.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОНЛАЙН МОДЕЛІ БІЗНЕСУ	101
Вовк С.В., Самборський І. О. БАЗОВІ ПІДХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	105
Гапій М.П., Наконечна Т.В. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ	108
Голеня В.В., Шинкаренко Н.В. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ВТМ НА РИНКУ ТОВАРІВ ДЛЯ КРАСИ ТА ЗДОРОВ'Я	112
Горобченко М.О., Зінцьо Ю.В. КОМУНІКАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	116
Драбик Я.І., Крикавський Є.В. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	119
Животова А.О. Масленникова А.А., Дронова Т.С. ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД МАРКЕТИНГУ	123
Жифарський Д.С., Якубовська Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	126
Коломієць В.І., Лихолат С.М. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ APPLE INC.	131
Коханюк М.І., Якубовська Н.В. МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	133
Крамар В.І., Самборський І. О. РЕКЛАМА: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ	135

Краска К.С., Шинкаренко Н.В. ВПЛИВ СЕЛЕБРИТІ НА СПОЖИВЧЕ СПРИЙНЯТТЯ РЕКЛАМИ	139
Крук М. А., Попко О. В. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА РИНОК СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА ВЗУТТЯ	144
Кузьмак Н.І., Кучина Н.І. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	147
Лесовець М.І., Якубовська Н.В. ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ІНТЕРНЕТ- МАГАЗИНУ	150
Лісняк О.О., Наконечний Д.С., Міщенко Д.А. МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	153
Мамчур А.П., Хурдей В.Д. МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ В ПОБУДОВІ ТА РОЗВИТКУ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ	155
Мірошніченко А.С., Шинкаренко Н.В. ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ МОТИВІВ У РЕКЛАМІ	158
Мудрак М. Є., Решетілова Т.Б. ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ У ПЕРІОД COVID-19 ТА ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	161
Олійник Ю.Б., Лихолат С.М. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ АВТОМОБІЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ І ТЕНДЕНЦІЙ ЇЇ РОЗВИТКУ	163
Паламарчук О.С. ПОРТРЕТ КЛІЄНТА ЯК ДІЄВИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ У ПЕРІОД КРИЗИ	167
Піщанський Б.В., Животова А.О., Єдинак В.Ю. РОЛЬ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНУ В КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ АГЕНТСТВОМ	169
Подарин В.Р., Глинський Н. Ю. SOCIAL NET PROMOTER SCORE ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ АУДИТОРІЇ В INSTAGRAM	172
Романюк І.А. МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ	175

Росточило А. Р., Шинкаренко Н. В. РЕКЛАМНА СТРАТЕГІЯ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ	179
Стеріополо С., Вільчинський М., Афанасьєва О.А. ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ВІЙНИ	183
Шевчук В.О., Якубовська Н.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВТОРИННОГО РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТО	186
Шевчук С., Пляшко О.С. МОДА І СТИЛЬ: БАЧЕННЯ СТУДЕНТСТВА	190
Якубовська В.С., Дейнега О.В. РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ФІТНЕС ІНДУСТРІЇ	193
<b>СЕКЦІЯ ІІІ. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	198
Назаренко С.М., Перерва П.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	198
Наконечна Ю.А., Волошин В.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ГУРТОЖИТКІВ	202
<b>СЕКЦІЯ ІV. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ ЕКОНОМІСТІВ І МАРКЕТОЛОГІВ</b>	206
Якубовська Н. В., Власюк Ю. І. ДІДЖИТАЛ-КОНФЛІКТ У СФЕРІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ ЕКОНОМІСТІВ	206
Дейнега І. О., Дейнега О.В. СУЧАСНИЙ МАРКЕТОЛОГ: ХТО ВІН?	210
<b>УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ</b>	213