

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ
ВНУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ, КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ,
МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КУ «АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РІВНОГО» РМР**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти та молодих науковців**

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

28 листопада 2024 року

Рівне

2024

Відповідальна за випуск к. е. н., професор Тетяна Панюк.

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету,
протокол № 12 від 05.12.24 р.*

Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: IV Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, 28 листопада 2024 р.: [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2024. – 158 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, 2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Павелків Роман Володимирович – д. псих. н., проф;
Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна – д. е. н., проф.;
Бондаренко Вікторія Михайлівна. – к.е.н., доц;
Зарічна Олена Володимирівна. – д. е. н., проф;
Панюк Тетяна Петрівна – к. е. н., проф.;
Сак Тетяна Василівна – к.е.н., доц;
Савчук Марія Валеріївна – керівник;
Вальковець Алла Степанівна – викладач;
Заглинська Любов Василівна – к.е.н., доц.;
Коханевич Тетяна Петрівна – ст. викладач;
Крайчук Сергій Олександрович – к.т.н., доц.;
Лукомська Оксана Іванівна – ст. викладач;
Паламарчук Оксана Степанівна – к .е. н., доц.;
Пелех Оксана Богданівна – д. е. н., проф.;
Пляшко Ольга Степанівна – к. е. н., доц.;
Стрільчук Руслан Миколайович – к.е.н., доц;
Хомич Сергій Васильович – к. е. н., доц.;
Юськів Богдан Миколайович – д. політ. н., проф.;
Якубовська Наталія Василівна – к. е. н., доц.;
Кибукевич Сергій – здобувач вищої освіти;
Рубежанський Микола – здобувач вищої освіти.

б. Бобро, П. О. Державна фінансова підтримка розвитку підприємств малого та середнього бізнесу : кваліфікаційна магістерська робота : спец. 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» / наук. кер. В. В. Подплетній ; Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. - Кропивницький : ЦНТУ, 2024. – 95 с. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/handle/123456789/14581>

СУТНІСТЬ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Кохно Ю.О., здобувач вищої освіти 2 (магістерського) рівня

Пляшко О.С., к. е. н., доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

У сучасному світі кожна компанія оцінює свою діяльність через аналіз фінансових результатів. Фінансові показники відображають ефективність та прибутковість підприємства, що становить ключову мету будь-якого бізнесу. У процесі виробничої та фінансової діяльності задіяно значну кількість матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, які взаємодіють між собою. Тому оцінка та аналіз фінансових результатів, а також їх взаємозв'язку з іншими економічними показниками є важливою передумовою для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємств, а також для стабільного розвитку господарської діяльності в довгостроковій перспективі. Покращення фінансових результатів дозволяє підприємствам здійснювати самофінансування, розширювати виробництво та зміцнювати фінансові відносини з партнерами [1].

В ході еволюції фінансового законодавства змінювалися підходи до оцінки фінансових результатів. Важливою складовою аналізу фінансових результатів є їх класифікація і різні підходи, які містять нормативно-правові документи. У табл. 1 наведено найбільш поширені ознаки класифікації фінансових результатів підприємства.

Класифікація фінансових результатів підприємства

Класифікаційна ознака	Види фінансового результату
За загальним результатом господарювання	- позитивний фінансовий результат відображається як прибуток - негативний фінансовий результат виражається як збиток
За джерелами формування, використаними в обліку	- прибуток (збиток) від продажу - прибуток (збиток) від інших операцій, включаючи реалізацію майна - балансовий прибуток (збиток)
За основними видами діяльності підприємства	- прибуток (збиток) від операційної діяльності - прибуток (збиток) від інвестиційної діяльності - прибуток (збиток) від фінансової діяльності
За галузями діяльності підприємства	- прибуток (збиток) від виробничої діяльності - прибуток (збиток) від торговельної діяльності - прибуток (збиток) від надання послуг і т.д.
За складом елементів	- маржинальний прибуток - валовий прибуток - чистий (нерозподілений) прибуток або непокритий збиток
За способом оподаткування прибутку	- оподатковуваний прибуток - прибуток, який не підлягає оподаткуванню
За часом формування	- прибуток (збиток) минулого періоду - прибуток (збиток) поточного періоду - прогнозований прибуток (збиток)
За рівнем узагальнення	- консолідований прибуток (збиток) - прибуток (збиток) підприємства
За способом розподілу після сплати податків та інших обов'язкових платежів (чистий прибуток)	- частина, що капіталізується - частина, що споживається
За галузями та видами виробництва	- прибуток від продажу рослинницької продукції - прибуток від продажу тваринницької продукції - прибуток від продажу промислової продукції

Існують два основні підходи до розрахунку фінансових результатів підприємства, які визнані в різних країнах світу:

- метод порівняння доходів і витрат (або метод «витрати-випуск») – цей метод передбачає визначення прибутку (або збитку) шляхом порівняння доходів і витрат у звітному періоді, згідно з принципом нарахування та відповідності. Іншими словами, це різниця між доходами і витратами звітного періоду;
- метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) – цей метод передбачає визначення зміни власного капіталу протягом звітного періоду як різниці між сумою власного капіталу на початок і кінець періоду. Іншими словами, розраховується різниця, якщо власний капітал зростає на кінець періоду, підприємство має прибуток, а в разі зменшення збиток [2].

Основними принципами розподілу прибутку між організаціями в ринковому середовищі є наступні:

- розподіл прибутку між державою та підприємствами повинен враховувати інтереси обох сторін. Держава зацікавлена у формуванні бюджету на належному рівні, в той час як підприємства потребують стимулювання своєї діяльності;
- відповідна частина прибутку повинна оподатковуватись до бюджету за фіксованою та низькою ставкою, встановленою державою відповідно до закону. Ставки податків не повинні змінюватися довільно;
- прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, повинен використовуватися в першу чергу на накопичення, що гарантує подальший розвиток підприємства. Частина прибутку може також використовуватися на споживання для задоволення матеріальних і соціальних потреб працівників.

Відповідно до Господарського кодексу України, порядок використання прибутку (доходу) визначається власником (власниками) або уповноваженим ним органом підприємства відповідно до статуту підприємства та чинного законодавства. При цьому державний вплив на напрями та обсяги використання

прибутку підприємства здійснюється через встановлені нормативи, податки, податкові пільги тощо [3]. Таким чином, не лише практичне оцінювання формування та розподілу фінансових результатів, а й їх теоретичні засади є важливим етапом управлінської діяльності підприємства, оскільки дозволяють обґрунтувати доцільні методи та інструменти аналізу і на їх основі – ухвалити оптимальні управлінські рішення.

Використані джерела

1. Квятковська А. О. Особливості формування фінансових результатів діяльності підприємства. Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів (м. Львів, 19 лютого 2021 р.): тези доповідей. – Львів : Львівський торговельно-економічний університет.2021. – 344 с. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/News/Nauka/2021/03/2021.03.05_NewsZBIRNIK_1.pdf#page=83
2. Яременко Л. М., Авдалян К. В. Особливості бухгалтерського обліку фінансових результатів об'єднань підприємств. Агросвіт. 2020. №8. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3167&i=13>
3. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІКА	4
<i>Антонюк В.О., Панюк Т.П.,</i> МОДЕЛЮВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА РОЗВИТКУ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	4
<i>Балик А.В., Зборовський М.В., Сак Т. В.,</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	7
<i>Захлинюк В.О., Заглинська Л.В.,</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	10
<i>Кибукевич С.Ю., Хомич С.В.,</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	14
<i>Кохно Ю.О., Пляшко О.С.,</i> СУТНІСТЬ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	17
<i>Левчик В.В., Пляшко О.С.,</i> ВІТЧИЗНЯНЕ ВИРОБНИЦТВО АВТОТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ:МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ	21
<i>Лисицька К.В., Курей О.А.,</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ	27
<i>Матвіїв І.Р., Хомич С.В.,</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	31
<i>Мошкола І.І., Задорожна І.В.,</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	35
<i>Мурафа Т.Р., Данилюк Т.І.,</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	38
<i>Олексієвець Т.І., Шитов В.М.,</i> ДОСВІД ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ У ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	41
<i>Остаповець Є.Ф., Пелех О.Б.,</i> ЕКОНОМІЧНА НЕСТАБІЛЬНІСТЬ ЯК ВИКЛИК ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ.....	44
<i>Пелех О.Б., Юськів Б.М.,</i> УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ.....	48
<i>Романовська А.Ю., Пляшко О.С.,</i> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ: СУТЬ, МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ	54
<i>Рубежанський М.В., Якубовська Н.В.,</i> АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК СТРУКТУРНОГО ЕЛЕМЕНТУ СВІТОВОГО РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	59
<i>Сидорчук І.А., Заглинська Л.В.,</i> КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	61
<i>Симкович К.М., Курей О.А.,</i> УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ	64
<i>Чакавий С.В., Зарічна О.В.,</i> СТРАТЕГІЧНЕ АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ	670

<i>Шкода О. В., Паламарчук О.С., ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ</i>	70
<i>Юричко В.М., Задорожна І.В., УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ</i>	73
Секція II. МАРКЕТИНГ	76
<i>Антипчук С.Г., Якубовська Н.В., РЕГІОНАЛЬНИЙ РИНОК ПОСЛУГ З ПІДБОРУ АВТОМОБІЛЬНОЇ ФАРБИ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ НА НЬОМУ</i>	76
<i>Антонюк В.О., Якубовська Н.В., МЕНЕДЖЕР ПО ОБСЛУГОВУВАННЮ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ЯК ФАКТОР МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТОРЕННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ</i>	79
<i>Бенчук С.О. РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЦЕМЕНТНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ</i>	81
<i>Величко С. В., Нікітін В.А., Паламарчук О.С., ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ</i>	85
<i>Гарбар С.П., Панюк Т.П., СИНЕРГІЯ БРЕНДИНГУ, МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕФЕКТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ</i>	89
<i>Годованюк В., Якубовська Н.В., АЗІЙСЬКА КУХНЯ В РІВНОМУ: АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ</i>	92
<i>Клімович Д.В., Лукомська О.І., СТРАТЕГІЧНИЙ БРЕНДИНГ КОМПАНІЇ КТС НА РИНКУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ</i>	94
<i>Котяй Н.Я., Рейкін В.С., ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО МІКСУ В КОНТЕКСТІ ПРОДУКТУ</i>	97
<i>Кохно Ю.О., Якубовська Н.В., АСПЕКТИ АКТУАЛЬНИХ ФАХОВИХ ЗАПИТІВ ДО ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ЗАЛУ В МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ ТОРГІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ ГАЛУЗІ БУДІВНИЦТВА</i>	100
<i>Кузнецова В., Хомич С.В., КЛАСТЕРИЗАЦІЯ КЛІЄНТІВ ДЛЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ EMAIL-МАРКЕТИНГУ</i>	102
<i>Кузьмич Ю.О., Сак Т. В., ВПРОВАДЖЕННЯ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПІДХІД</i>	105
<i>Кротенюк А.Р., Курей О.А., АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ІМІДЖУ КОМПАНІЇ</i>	109
<i>Лісний В.С., Сак Т. В., РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ</i>	113
<i>Ліщук Д. Ю., Сак Т. В., ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ</i>	116
<i>Плисюк Ю.А., Милько І.П., ВИКОРИСТАННЯ ТРИГЕРІВ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ПРОДАЖІВ</i>	118
<i>Рубежанський М.В., Паламарчук О.С., КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ</i>	121
<i>Рубель В.М., Якубовська Н.В., МАРКЕТИНГОВА ВЕРИФІКАЦІЯ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ПОСЛУГ БУДІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ</i>	123

<i>Скирдова М.С., Сак Т. В.,</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	125
<i>Соя С.В.</i> МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ: «ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ».....	128
<i>Степанюк І.А., Рейкін В.С.,</i> ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ.....	131
<i>Тененський Д.В., Милько І.П.,</i> АВТОМАТИЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ВІД ЧАТ-БОТІВ ДО ПОВНОЦІННИХ CRM-СИСТЕМ.....	135
<i>Шевчук М.А., Рейкін В.С.,</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ І ОБСЯГ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	139
<i>Яковенко Р.О., Дітлашок Д.В., Панюк Т.П.,</i> БРЕНДИНГ ТА МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	142
СЕКЦІЯ ІІІ. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	146
<i>Данченко О.О., Курей О.А.,</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ AGILE ТА SCRUM МЕТОДОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ ІТ- КОМПАНІЙ.....	146
<i>Созонюк В.М., Хомич С.В.,</i> ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСУ COREZOID.COM ДЛЯ ІНТЕГРАЦІЇ МІЖ РІЗНИМИ ІНФОРМАЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ	150
<i>Щербатюк Н., Хомич С.В.,</i> СЕРВІС АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕСУ DNTRADE.....	153

Тези

IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти та молодих науковців
«Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах
сучасних викликів»

розміщено на сайтах: <https://rshu.edu.ua/contact/naukovi-vydannia>
<https://cutt.ly/J1PVEMV>

Упорядники: І. А. Либак
Верстка та дизайн: І. А. Либак
Адреса оргкомітету та редколегії:
33028, вул. Степана Бандери, 12,

м. Рівне,
Україна

тел. 0972115521

e-mail: keub@rshu.edu.ua

<https://www.facebook.com/ek.rdgu>

https://www.instagram.com/ekonomika_marketing

<http://t.me/EkonomikaMarketing>

сайт: <https://ekibernetika.org.ua/>