МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
WYDZIAŁ PRAWA I ADMINISTRACJI

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
учнів, студентів, аспірантів і молодих вчених
кафедри підприємництва і маркетингу
Волинського національного університету імені Лесі Українки

27 жовтня 2020 року

Електронне наукове видання на CD-ROM

Луцьк
Волинський національний університет імені Лесі Українки
2020

УДК 334.78.005.35 (082)
І-67

Рекомендовано Вченою радою
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 12 від 29.10.2020 р.)

Рецензенти:
Ковальська Л. Л. − доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету, м. Луцьк;
Стащук О. В. − доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів Волинського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк.

І-67 **Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства:** матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2020 р.)/відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Електрон. дані. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2020. 754 с. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана

ISBN 978-966-600-699-1

У збірнику подано тези доповідей на Міжнародній науково-практичній конференції. У них відображено теоретичні основи, перспективи забезпечення ефективності суб'єктів господарювання, перспективи розвитку корпорацій в умовах розвитку неоіндустріальної економіки.

Для науковців, економістів, фахівців і всіх, хто цікавиться питаннями розвитку економічної системи України.

УДК 334.78.005.35(082)

© Полінкевич О. М., Шостак Л. В. (упорядкування), 2020
© Полінкевич В. М. (обкладинка), 2020
© Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2020

ISBN 978-966-600-699-1

ЗМІСТ

Секція І. Інноваційні засади становлення та розвитку економіки, підприємнитва і маркетингу

Alekseyenko L., Tulai O.
Innovative Principles of Joint Investment Development in the Context of Rethinking Global Sustainability 23

Алексеєнко М.
Розвиток безготівкових розрахунків: інноваційні аспекти 24

Azizova K., Ostapenko V.
Tendencies of Higher Education Development 26

Alghadhywi Mohammed Younus Hasan
Innovative Fundamentals of Industry Development 28

Андросова Т., Лабунець А.
Економіні закони та управління інноваційним розвитком 30

Артем'єва О.
Вплив пандемії на розвиток аграрних підприємств 33

Барілець П.
Революція у сфері даних (Big Data) 35

Більо І., Шостак Л.
Особливості оцінювання маркетингового потенціалу бізнесу 37

Бойко В.
Діагностика внутрішніх факторів автотранспортних підприємств в умовах цифрової трансформації економіки 39

Bondar-Pidgurska O., Karangwa C., Kalu Robinson Abuchi
Innovative Activity as a Tool to Increase the Competitiveness of Corporations in Conditions Non-Industrial Economy 40

Буксина І.
Державне регулювання розвитку регіону 43

Бульчик Т.
Інвестиційне забезпечення конкурентоспроможності країни 45

Вербовий М.
Роль інновацій в сучасні економіці 45

Винник С.
Ефективність використання земельних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах 47

Войтович В.
Сутність системи фінансового ризик-менеджменту 48

Гайдабура О.
Світовий досвід підтримки розвитку бізнесу шляхом створення умов для банківського кредитування 49

Гайдар А.
Організаційна культура як технологія управління підприємствами 50

Гончарук Ю.
Чинники підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства 52

Гуменюк І.
Розвиток інноваційного підприємництва в Україні 54

Дацюк-Томчук М., Борисюк О.
Особливості і принципи формування стратегічного потенціалу підприємства в умовах неоіндустріального суспільства 56

Дворник І.
Роль інвестицій у капіталізації трудового потенціалу 58

Дейна О.
Експортний потенціал вітчизняних підприємств 60
Долгова Д.
Прогнозування видатків на освітню сферу в руслі забезпечення інновайного розвитку України....61
Дрегало О.
Кластер як інноваційний підхід до розвитку туризму 62
Дубровик І.
Вірусний маркетинг як спосіб просування товару 64
Дуда С., Шостак Л.
Формування логістичної стратегії вітчизняних підприємств....66
Дудар А.
Сталий розвиток сільських територій регіону....67
Дудка В.
Логістичні задачі підприємства на ринку онлайн-торгівлі 69
Дудко О.
Особливості формування і реалізації регіональної економічної політики України 70
Єфремов І.
Перспективи розвитку аграрного сектору економіки України 72
Zhmai A., Vashkovskaya M.
Low Touch Economy's Development Prospects in the Post-Coronavirus World....74
Жуковська Н.
Діджиталізація діяльності державних інституцій у сфері зайнятості населення....75
Забедюк С.
Problems of Investment and Innovative Development of the Enterprise in Modern Conditions of Management....76
Завидівська О., Щоколова Л., Свирида М.
Крауд-технології як інструмент інноваційного менеджменту....78
Зоря М.
Тенденції SMM-сфери в Україні та Великобританії 80
Івашко К.
Цифровий маркетинг як інструмент міжнародного менеджменту 82
Ігнатова А.
Статистичний аналіз використання коштів державного фонду регіонального розвитку....84
Ільченко М.
Сучасні проблеми управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємтсв України 86
Іщук Л.
Місцевий бюджет і фінансове забезпечення регіону 88
Кальба Н.
Проблеми розвитку сільського господарства 90
Кінаш Ю.
Інноваційні засади взаємодії бізнесу, держави та суспільства....91
Коколова Є.
Інновації та циклічність економічного розвитку....92
Компанець Д.
Формування стратегії диференціації продукції на споживчому ринку....94
Копаліані С.
Інноваційні засади становлення підприємництва....96
Корнієнко М.
Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств....97
Королевич С.
Інновації як фактор розвитку економіки....99

Коропець Ю.
Бізнес-онлайн для експортоорієнтованих фірм 100
Корх Н.
Перспективи інновацій банківських послуг в Україні 102
Крук В.
Механізм інноваційного розвитку рослинництва та шляхи його удосконалення 103
Кудлай К.
Особливості співпраці бізнесу з громадськими організаціями 105
Кузнецова К.
Інноваційний маркетинг у сучасному бізнесі 106
Кузнецова К.
Роль маркетинга в антикризовому управлінні підприємством 109
Кузьменко Н.
Сучасний стан реалізації концепції сталого розвитку в Україні 110
Кулина Г.
Новітні підходи до управління соціальними процесами в умовах неоіндуструального розвитку суспільства 111
Кулініч О., Чижов Є.
Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства 113
Купяк Л.
Організаційно-економічний механізм аграрного природогосподарювання 115
Куруоглу О.
Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку шоколаду 117
Кучерук А.
Розвиток цифрової економіки в Україні 118
Лановенко М.
Інноваційні технології для менеджменту і маркетингу спортивних підприємств 120
Лещенко Л.
Інноваційний потенціал як основа забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарського підприємства 122
Лещенко М.
Сучасні тренди функціонування ісінтитутів спільного інвестування в Україні 124
Лис С.
Інновації як фактор економічного зростання 126
Лихач Е.
Стан сучасного вітчизняного підприємництва 128
Лісняк К.
Цифровізація в україні та світі: проблеми та перспективи 129
Мазур Р.
Економіка та управління підприємствами у сфері нематеріального виробнитва 131
Маляревський В.
Роль і функції середнього класу в становленні інноваційної економіки 133
Мартинова Н.
Організація ресурсного та логістичного забезпечення підприємств АПК 135
Мельник К., Бодрян В.
Кредитна політика комерційного банку – інструмент досягнення стратегічних цілей 137
Мельник К.
Напрями розвитку теорії аудиту через призму інноваційного розвитку економіки 139
Нагорна Я.
Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства 140
Напорка Я.
Нацыянальнае адукацыя як інструмент інавацыйнага росту эканомікі Беларусі 141

Насальський К., Писаренко Н.
Конкуренція в підприємницькій діяльності: теоретичний аспект....144
Нєчева Н.
Перспективні напрямки менеджменту рекламної діяльності туристичних фірм....146
Ніколайчук Т.
Заповідні території – як комплексні «зони вражень»....148
Овдієнко В., Писаренко Н.
Сучасні тенденції розвитку маркетингу в Україні....150
Панченко М.
Перспективи та ризики залучення іноземних інвестицій в економіку України....151
Первишева Є.
Розробка фінансових рекомедацій для морських портів за допомогою розробки географічних баз даних....153
Piotrowski S.
The Marketing Research on Mobile APP Revenue Models and Public Data in the Polish it Industry....154
Пономаренко А.
Z-покоління: психологія сприйняття реклами....157
Придатко Ю.
Основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах неоіндустріального суспільства....158
Примак І.
Дефініція поняття «інноваційна політика підприємства»....160
Присвітла О.
Особливості організації інноваційної діяльності на сучасному етапі розвитку економіки....162
Прокопчук О.
Модерне моделювання бізнес-процесів на ринку агрострахових послуг....164
Рачкевич А.
Роль інновацій у розвитку підприємств....166
Резніченко А.
Інноваційні засади становлення розвитку економіки України....167
Ридзель Ю.
Інновації державного регулювання сфери охорони здоров'я України....169
Родіонова І.
Підвищення ефективності бізнес-моделі підприємства в умовах інноваційного середовища....170
Романенко Б.
Інноваційний розвиток сільського господарства....172
Романець М.
Коцептуальні засади інноваційного розвитку підприємства....173
Руссіян О.
Зарубіжний досвід формування кадрового потенціалу в умовах цифровізації економіки....174
Сарахман І.
Шляхи підвищення конкурентоспроможності потенціалу сучасного підприємства....177
Сергеєва А.
Проблеми впровадження інноваційних технологій у розвиток вітчизняних підприємства....178
Сидорук В.
Особливості стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства....180
Сімшаг К.
Проблеми інноваційного розвитку економіки України....182
Сичук В.
Інноваційна активність підприємств України....184
Складанівська О.
Управління результативністю діяльності підприємства....186

Скребейко С.
Інноваційні засади становлення логістичного забезпечення діяльності підприємств.....187
Скрипник О.
Галузеві та макроекономічні аспекти ціноутворення на будівельні матеріали та вироби 189
Слободяник А.
Методологічні засади управління та ефективності ринку спекулятивного капіталу 191
Смоленюк Р.
Агробізнес: глобальні виклики і фінансування 193
Сосовська О.
Склад споживчого кошика в Україні 194
Стеблик Н.
Штучний інтелект як складова економічного розвитку суспільства 197
Стемковська І., Соколовська І.
Місце андерайтингу в організації банківського кредитування 198
Степаненко В.
Впровадження кластерної політики у сфері морської транспортної інфраструктури.....201
Степанов А.
Стратегічне управління підприємством: загальна характеристика.....203
Табачук А.
Інноваційний імператив становлення економіки ноосферного зразка 204
Тарасова К., Семенова К.
Економічне обґрунтування практики створення бренду міста 206
Тарасова М., Писаренко Н.
Сутність конкуренції в ринковій економіці.....207
Томай В.
Інфляція в умовах інноваційної моделі розвитку економіки України 208
Туровська А.
Сучасний стан економіки України: тенденції та проблеми розвитку 211
Тютюнник С.
COVID-19: динаміка поширення та вплив на економічні процеси 213
Фядорчанка А.
Аб падатковым стымуляванні інавацыйнай дзейнасці ў Рэспубліцы Беларусь 215
Ховрак І.
Роль організацій громадянського суспільства у забезпеченні сталого розвитку.....217
Хомич Л.
Роль лідера у зменшенні ризиків інноваційного розвитку підприємства 219
Хорошун Ю.
Інвестиційні перспективи аграросектору економіки в умовах формування ефективного ринку землі.....221
Чевжик Л.
Маркетинг іміджу території як складова публічного управління.....223
Чепіль Ю.
Інновація як основа поступу економіки.....224
Чернявка В.
Особливості розвитку фінансового ринку України в умовах пандемії COVID-19.....226
Шарупіч Е.
Арганізацыя інавацыйнай дзейнасці прадпрыемства як найважнейшы напрамак яго фінансавай работы.....228
Швець П., Бабич Р.
Інноваційні засади розвитку економіки України в умовах неоіндустріального суспільства 230
Шевчун М.
Логістична підтримка інноваційної діяльності торговельного підприємства в умовах сучасного розвитку суспільства.....231

Шелест Н.
Управління інноваційним потенціалом підприємства в регіональному аспекті....233
Шикіна О., Гончаренко Я.
Сутність інноваційної діяльності у готельному господарстві....234
Шикіна О.
Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства....236
Шикіна О., Сахошко Ю.
Діловий туризм як інноваційний важіль розвитку економіки....239
Шквиря С.
Дослідження стратегічного становища підприємств молокопереробної галузі....241
Шпичак І.
Криптовалюта як інноваційний інструмент міжнародної фінансової системи....243
Щотка А., Писаренко Н.
Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці....244
Юрчик Г.
Вплив інновацій на рівень продуктивності праці національних підприємств....246
Янкевич Р.
Сучасні тенденції еміграції українців....249
Ясентюк А.
Кредитування економіки в умовах пандемії....252

Секція ІІ. Проєктне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємств

Вовк В.
Стратегія проектного менеджменту в контексті інноваційного розвитку економіки України....254
Габор Д.
Бюджетне фінансування та його роль у діяльності підприємства....256
Галетій Є.
Джерела інансування інноваційних ініціатив молодих новаторів....257
Гідія Н., Бортнік С.
Сутність технологічного оновлення підприємств та його інвестиційне забезпечення....259
Гірняк Н.
Управління інноваційним розвитком підприємств соціокультурної діяльності: структура та цілі....261
Димченко О., Хайло Я.
Інституційний підхід до гармонізації територіального комплексу підприємств на принципах суспільно-приватного партнерства....262
Драгунов Д.
Роль медичного страхування у фінансуванні сфери охорони здоров'я....264
Kamiński R.
Liniowa koncepcja procesu absorpcji innowacji przez przedsiębiorstwa....266
Капленко Т.
Порівняння методів оцінювання вартості майна страхових компаній....268
Козяр І., Косінова Я.
Особливості управління інноваційним розвитком на підприємствах ГРБ....269
Корінь М.
Управління інвестиційним забезпеченням проєктів розвитку інфраструктури залізничного транспорту....271
Кравченко Х.
Порівняння умов та ефективності надання кредитних послуг....273
Краєвський В., Костенко О.
Обліково-аналітична спрямованість концептуальних засад управління розвитком підприємств....275

Куманова П.
Сутність та особливості управління інноваційними процесами на підприємстві 277
Лижова Є.
Статистичний аналіз видатків на освіту 280
Лопушинська О., Пасічник Є.
Проблеми менеджменту інноваційного розвитку агропромислових підприємств України....281
Малига К.
Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інформаційних програм....283
Martynenko A.
Pre-Planning Assessment of Industrial Innovations 284
Мішкевіч Ю.
Праектнае фінансаванне як інструмент павышэння інавацыйнай актыўнасці арганізацый 286
Мучичко К.
Управління іноваціями на підприємстві 287
Охріменко М.
Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємств....289
Перчук Б.
Особливості застосування проектного фінансування у будівництві....291
Савош А.
Значення та перспективи розвитку інноваційного потенціалу підприємства....293
Sorokina S., Akmen V.
Influence of the Taxation System on the Development of the Enterprise in the Realities of the Ukrainian Economy 294
Терещук Н.
Інновації в сфері державного регулювання готельно-ресторанного бізнесу....296
Ткаченко І.
Особливості управління персоналом на підприємстві 298
Ткачук Є.
Інвестиційна привабливість підприємства 299
Федишак В.
Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємств....301
Шевченко Д.
Кайзен-костінг як сучасний метод управління витратами підприємства 302
Шевчук О.
Управління інноваційним розвитком аграрних підприємств....304
Щирба А.
Креативне управління соціокультурним підприємством 306

Секція ІІІ. Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємництва і маркетингу в умовах неоіндустріального суспільства

Адамчук С.
Сучасні реалії комплексного забезпечення безпеки банку 308
Баляс Я.
Особливості взаємодії органів публічної влади та бізнес-структур у процесі неоіндустріалізації....309
Барабаш Л.
Податкове стимулювання розвитку підприємництва в Україні....312
Бараноўская А.
Негатыўныя фактары развіцця беларускага рынку лізінгу 314

Baszyński A.
Crowdlearning – a revolution in teaching in a postindustrial society 315
Бєлова С.
Стратегічне управління в сучасних умовах господарювання 318
Більо І.
Реалії організаційного проектування малого бізнесу 320
Бойко О.
Децентралізація: шлях від об'єднання до розвитку ОТГ 321
Бондаренко А.
Європейський досвід підтримки молодіжного бізнесу 323
Бондаренко К.
Роль логістичного аутсорсингу в реаліях сучасного бізнесового середовища 324
Бондарук В.
Прогнозування діяльності сільськогосподарських підприємств 327
Вавриньчук А.
Співпраця територіальних громад і органів влади 328
Вишневська О.
Управління конкурентоспроможністю підприємств 330
Власенко А., Жуковська В.
Особливості працевлаштування PR-менеджера в Україні та Швеції 332
Волошко Є.
Сучасні тенденції маркетингу в умовах неоіндустріального суспільства 334
Вронська Н., Мохнюк А.
Дослідження та обґрунтування стратегії розвитку підприємства в умовах економічно-політичної невизначеності 336
Гайденко С., Хайло Т.
Організаційно-економічна і управлінська адаптація комунальних підприємств до ринкових умов 338
Гах Д.
Можливості малого та середнього бізнесу в Україні під час карантину 340
Герчанівська С., Феняк М.
Договірні відносини як основа товарно-грошових операцій 342
Гриценяк С.
Перспективи розвитку малого бізнесу України в неоіндустріальній економіці 344
Громова О.
Еволюція розвитку та впровадження маркетингу на підприємствах 346
Гром'як І.
Потенціал і перспективи розвитку легкої промисловості України 349
Гуцман А., Прушківський В.
Розвиток молодіжного сільського підприємництва за досвідом ЄС 350
Гуц Ю.
Теоретичні аспекти сільського туризму в Україні 351
Данилюк Т.
Стратегічне управління конфліктами на підприємстві 353
Дейна О.
Сучасні реалії організаційного проектування діяльності багатопрофільних підприємств 355
Димченко О., Остроглял В.
Проблеми кадрового забезпечення підприємницької діяльності та шляхи їх вирішення 356
Дунець І.
Тенденції розвитку підприємництва в умовах постіндустріального суспільства 359
Єршова Л.
Основні інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств 361

Єзерська У.
Проблеми та перспективи функціонування підприємств сфери бізнесу 363
Жамбей Т.
Інформаційні потоки в системі управління підприємством 364
Зеленська-Печена В.
Стан бізнес-середовища на сході України 366
Івасів Д.
Теоретичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору економіки 368
Іващенко Д.
Вибір оптимального методу нарахування амортизації як спосіб залучення інвестицій в основні засоби підприємства 370
Ісадченко Є., Писаренко Н.
Сучасний маркетинг і перспективи розвитку 372
Kawęcka A.
Rynek nieruchomości mieszkaniowych w Lublinie 373
Кальба А.
Сучасні реалії та тенденції розвитку готельного господарства в Україні 375
Калюга В.
Сутнісна характеристика ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства 377
Коваль К.
Формування прибутку підприємства 380
Ковальова Т.
Візуалізація показників економічного потенціалу регіону 381
Костриченко В., Шандалюк І.
Дискусійні аспекти у трактуванні маркетингової складової антикризової стійкості підприємства 383
Котинський А.
Механізм державного регулювання розвитку туристичних послуг 385
Котюк Р.
Контролінг як складова стратегічного управління 386
Kravchenko S.
Management of Enterprise Risks at Realization of Projects 387
Kryshtal H.
General Aspects of Taxation in Japan 390
Кришталь Б.
ІТ-фахівець: особливості працевлаштування в США та Канаді 392
Кубанов Р.
Механізми удосконалення державної політики щодо розвитку малого та середнього підприємництва 393
Купина В.
Ефективність виробництва продукції овочівництва 395
Курагеу Н.
Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства малого бізнесу в умовах неоіндустріального суспільства 397
Курілін С.
Ефективність виробничої діяльності інноваційного підприємства 398
Левицька А.
Необхідність управління оборотними активами підприємства у сучасних реаліях України 400
Лихач Е.
Засади становлення та розвитку проектування соціосистем підприємства 401
Майборода В.
Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні 403

Malik L.
Influence of Risks on Functioning of Enterprise Structure 404
Малько О.
Забезпечення фінансової безпеки підприємства 406
Медвідь Я.
Ефективність розвитку галузі садівництва 408
Мерчук С.
Проблеми електронного документообігу на підприємствах 409
Микитюк Є.
Структура підприємства: сутність та дизайн її формування 411
Михалевський М.
Засади ефективності управління персоналом підприємства 413
Мілька А., Бурлакова І.
Укладання договору про закупівлю та його особливості 414
Мілька А. Власенко Т.
Переваги та недоліки електронної системи державних та публічних закупівель ProZorro 416
Могіль О.
Email-маркетинг в електронній комерції 418
Моргун А.
Як пандемія вплинула на депозитну політику банків України? 420
Николишин Г.
Регулювання зайнятості населення ОТГ 421
Ніколаєва А.
Фінансове забезпечення розвитку малих транспортних фірм в Україні 422
Новицький В.
Особливості управлінського обліку у туристичному бізнесі 425
Овдієнко В., Писаренко Н.
Сучасні тенденції розвитку маркетингу в Україні 426
Панчошна Т.
Проектний менеджмент як одна з тенденцій інноваційного розвитку
та управління підприємством 427
Пелих М.
Упаковка – інструмент маркетингу для ефективного збільшення обсягу продажу продукції 429
Пиль В.
Перспективи розвитку підприємницького сектору в логістиці 431
Підручняк К.
Вплив посилення глобалізаційних процесів на розвиток підприємництва 432
Повзун О., Постельга І.
Український ринок праці під впливом пандемії: стан та оцінка перспектив розвитку 433
Подорожко К.
Дослідження маркетингових комунікацій у сфері туризму на прикладі
туристичної фірми «Барт» 435
Попова М.
Наслідки карантину під час пандемії на економіку України 437
Привалов С.
Передовий досвід ОСББ та оптимізація соціально-економічного стану громадян 438
Примак А.
Напрями розвитку ресторанного господарства в умовах технологічних
та споживчих тенденцій 439
Романюк М.
Сучасний маркетинг в підприємницькій діяльності 441
Синілова О.
Вплив факторів грошово-кредитної політики на оцінку вартості підприємств 443

Синюченко К.
Управління партнерськими відносинами підприємства в сучасних умовах господарювання.....445
Сіменко А.
Криза малого бізнесу.....446
Скіп П.
Підвищення економічної ефективності бурякоцукрового виробництва.....448
Скляров Д.
Особливості розвитку малого підприємництва неоіндустріальної моделі економіки України.....449
Sprengel M.
Innowacje, inteligentne zarządzanie jako źródło nowych miejsc pracy w Korei.....451
Стріжкова А.
Законодавчі новели п'ятої групи єдиного податку у розвитку молодіжного підприємництва.....454
Суханова М.
Конкурентоспроможність економічних систем в умовах неоіндустріалізації.....455
Тимофєєва А., Назарова А.
Діджиталізація діяльності підприємств в умовах пандемії: виклики та можливості.....456
Тринька І.
Регулювання розвитку територіальних громади.....458
Федоренко К.
Визначення конкурентоспроможності підприємницьких структур.....460
Федорчук В.
Бізнес-моделі розвитку підприємництва.....461
Чайковський Я.
Розвиток банківського маркетингу в Україні.....462
Чернодубова Е.
Мінімізація ризиків як засіб забезпечення ефективної діяльності підприємств.....464
Чуй І., Ющишина В.
Аналіз операцій з корпоративними клієнтами на депозитному ринку.....466
Швець А.
Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємництва і маркетингу
в умовах неоіндустріального суспільства.....468
Швець О.
Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства.....469
Шевчук І.
Мале та середнє підприємництво м. Херсона під час пандемії коронавірусу COVID-19.....471
Шикіна О., Городниченко І.
Сучасні особливості маркетингу лікувально-оздоровчого туризму в Україні.....472
Shpes D.
The Optimal Tool for Assessing the External Environment of Industrial Enterprises – PEST-analysis.....474
Янченко К.
Фінансовий стан: сучасні реалії та значення аналізу для розвитку підприємництва.....476
Яцкевич І.
Щодо переміщення підприємницької діяльності в мережу Інтернет.....477

Секція IV. Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур

Адамська І.
Фінансова безпека підприємства.....480
Баранець П.
Антикризове фінансове управління підприємством.....482
Безручко В.
Управління ризиком та запобігання банкрутства сільськогосподарського підприємства.....483

Безсмертна К.
Позабюджетні фонди: сутність та характер функціонування 485
Безтелесна Л., Любовська М.
Конфлікт як ресурс та інструмент підвищення надійності персоналу в компанії 487
Бєлов В.
Управління фінансовими ризиками підприємств 488
Білецька Н.
Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур 491
Білуха В.
Особливості фінансово-економічної безпеки підприємства 492
Бортнік С., Сирота В.
Місце кадрової безпеки у системі управління персоналом підприємства 494
Верескля М., Михаліцька Н.
Ділова репутація як чинник економічної безпеки підприємства 495
Вертегел Д.
Управління інвестиційною політикою підприємства в умовах економічного спаду 497
Вороніна В., Рудич А.
Сутність витрат як економічної категорії 498
Гаркуша В.
Інноваційні підходи в управлінні економічною безпекою підприємства 500
Голованова М.
Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур 502
Гребенщиков Р.
Інфраструктурні ризики у системі економічної безпеки забудовника 503
Григорук Т.
Ефективне управління ліквідністю та платоспроможністю як фактор стабільної діяльності підприємства 505
Данильченко А.
Фінансово-економічна безпека підприємств сфери фізичної культури і спорту 507
Деркач О.
Проблеми здійснення фінансової діяльності суб'єктів господарювання 509
Дика В.
Міжнародний досвід забезпечення еколого-економічної безпеки підприємства 510
Дмитренко О.
Вплив зовнішнього середовища на антикризове управління фінансовими результатами діяльності підприємства 512
Дядюра К.
Дослідження стану продовольчої безпеки Одеської області 514
Іванник В., Бортнік С.
Дослідження сутності кадрової безпеки в системі економічної безпеки підприємства 516
Kańduła S., Przybylska J.
Internal Audit of the National Interoperability Framework as a Tool for Assessing Information Security in the Conditions of Economy 4.0 518
Кисличко К.
Фінансова безпека підприємства та шляхи її забезпечення 520
Колодін В.
Теоретичні засади управління фінансово-економічною безпекою підприємства 522
Костакова Л.
Чинники виникнення криз на підприємстві 523
Кравець Д.
Ефективне використання фінансових активів для забезпечення економічної безпеки підприємств 525

Kravchenko S., Malik L.
Influence Not the Effective Institutional Environment on Formation of Innovative Potential of Economic Safety 527
Крутоголова Ю.
Принципи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства 530
Кудрявцев Д.
Методологічне підґрунтя забезпечення економічної безпеки підприємства....531
Куманова К.
Механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства 533
Lavruk V.
Food Security: State Priorities for Livestock Development....535
Левковець Н.
Комерційна таємниця як ключовий аспект забезпечення економічної безпеки підприємства....537
Лисенко Л., Хоменко Є.
Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур 539
Литвин Ю.
Роль бюджету у забезпеченні економічного розвитку країни....540
Лук'янова М.
Кадрова безпека як складова економічної безпеки підприємств 541
Наливайчук М.
Теоретичні аспекти трудового потенціалу підприємства....543
Нестеров О., Перепечаєв С.
Проблеми навігаційної безпеки в умовах індустріального суспільства....544
Низюк Є.
Принципи забезпечення інформаційної безпеки підприємства в умовах неоіндустріального суспільства 546
Олійник В.
Необхідність забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства....547
Олійник Н., Житченко І., Макаренко С.
Діагностика банкрутства як засіб антикризового управління підприємством в умовах неоіндустріального суспільства 549
Павула К.
Питання працевлаштування молоді в Україні 552
Паламарчук В.
Значення бізнес-аналітики у визначенні фінансово-економічної безпеки підприємства....553
Панкова В.
Вплив системи управління персоналом на економічну безпеку підприємства 555
Пастух К.
Джерела фінансової безпеки підприємницьких структур 558
Полякова О.
Фінансово-економічна безпека підприємства та її забезпечення....559
Романюк П.
Матричний підхід до вибору стратегії забезпечення економічної безпеки в умовах неоіндустріального суспільства....561
Сергієнко А.
Система аналізу як інструмент досягнення економічної безпеки підприємства 562
Ситнік В.
Забезпечення підприємницьких структур фінансово-економічною безпекою....564
Солодовнікова К.
Інформаційно-аналітичні аспекти економічної безпеки бізнесу....566
Стрельнікова М.
Формування системи фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур....568

Сучек С., Карлін М.
Економічна безпека підприємства й екологічне оподаткування: проблема взаємозв'язку 570
Tereshchenko E., Myronovych Y.
Features of Modern Development of the Financical Market of Ukraine 570
Тесленко О.
Антикризове управління прибутком підприємства 572
Трапєзніков А.
Фінансова безпека банківських установ: проблеми та чинники впливу 573
Тютюнник Ю., Овчаренко А.
Обмеження в аналітичних розрахунках за умови від'ємної величини власного капіталу 575
Фенна М.
Концептуальні засади забезпечення якості туристичних послуг 576
Flotyński M.
Wymogi kapitałowe systemowo ważnych banków jako narzędzie zwiększania bezpieczeństwa rynku finansowego 578
Франовська В.
Система економічної безпеки країни в умовах цифрової економіки 581
Фурса В.
Фінансова безпека підприємницьких структур: сутність, характеристики та умови забезпечення 582
Черборах І.
Загроза банкрутства та її попередження 585
Чмир К.
Економічна безпека сільськогосподарського підприємства та заходи її підвищення 586
Шипович Р., Яковишин Ю.
Загрози економічній безпеці держави 588
Шолойко А.
Інфраструктурна складова в оцінюванні фінансової безпеки страховиків 590

Секція V. Менеджмент та маркетинг бізнес-структур в неоіндустріальній економіці

Azizova D.
The Capital Essence and Historical Evolution of Economic Thought 592
Бебело О.
Управління конкурентним потенціалом підприємства 594
Безсонова Н.
Обґрунтування маркетингового інструментарію бізнес-структур в період трансформації соціально-економічного середовища 596
Білоцерківська Л., Мещеряков В.
Ефективність використання потенціалу підприємства і шляхи її підвищення 598
Близнюк А.
Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукії 600
Бодякіна Н.
Особливості ділової комунікації у професійній діяльності менеджера 602
Бондаренко А.
Управлінський підхід до забезпечення інформаційної безпеки бізнесу 604
Бондаренко К.
Прибуток як економічна категорія, його значення в умовах ринкової економіки 605
Борсук К.
Сучасні теорії розвитку маркетингу 607
Вертелецький В.
Шляхи покращення цінової політики підприємства 608

Вишневська М., Крамаренко А.
Характеристика якостей ефективного менеджера в умовах сучасних бізнес реалій.....610
Вікторова В.
Значення організаційної культури у формуванні конкурентних переваг підприємства 611
Воротнюк Ю.
Класифікація економічних конфліктів у глобальному бізнес-середовищі 613
Герасименко О.
Комунікаційний менеджмент бізнес-структур та органів публічної влади як елемент створення спільних цінностей.....615
Гісем А.
Маркетингова діяльність у сфері збуту продукції грибівництва 617
Глущук О.
Моделі поведінки менеджера в конфліктних ситуаціях.....619
Грищенко І.
Компетентність спортивного менеджера як фактор успішної професійної діяльності.....620
Грінченко Р.
Опір впровадженню змін на підприємстві.....622
Джулай М.
Вплив COVID-19 на бренд роботодавця під час дистанційної роботи 623
Дитина О.
Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства.....626
Дитина О.
Проблеми розробки та прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності 627
Дубянська Т.
Вітчизняний та зарубіжний досвід управління персоналом.....629
Zhmai A.
Neet Generation's Analysis from the Managerial and Economic Point of View 631
Захарченко Т.
Інноваційні засади становлення та розвитку маркетингу 634
Іванова Т.
Маркетингове дослідження макросередовища ринку пива.....635
Касумова Е.
Застосування елементів інтернет-маркетингу в діяльності поліграфічних підприємств 637
Кашина Д.
Маркетинговий менеджмент на підприємстві: теоретичні засади.....638
Кісіль А.-Н.
Методичні підходи до вимірювання людського капіталу 640
Клименко І.
Значення управління інноваційним потенціалом організації.....641
Клімова А.
Дослідження методів нематеріальної мотивації працівників на сучасному підприємстві.....643
Ковальчук Я.
Формування лідерських якостей маркетолога.....644
Kozhukhivska R.
Advertising Activities of a Tourist Enterprise in Conditions of Neo-Industrial Economy 646
Кондратьєв Б.
Розвиток парадигм управління в контексті забезпечння сталого розвитку суб'єктів господарювання.....648
Кошкіна К.
Про фінансову відповідальність учасників публічних закупівель в Україні.....650
Кравченко К.
Сутність і значення стратегічного планування бізнес-структур в неоіндустріальній економіці 651

Кременець Ю.
Діагностика підприємства: сутність та класифікація 653
Кузьмич Ю.
Управлінський процес організації наукових досліджень 655
Куліш Д.
Застосування технології «ключових показників ефективності» в кадровому менеджменті бізнес-структур 657
Лаврук О.
Розпізнавання конфліктів як дієвий метод забезпечення ефективного управління ними 659
Ланченко Є., Салюта Х., Юдицька М.
Оплата праці як інструмент мотиваційного механізму в сільськогосподарських підприємствах 661
Левицький В.
Стратегічний механізм управління адаптацією промислового підприємства в неоіндустріальній економіці 664
Лихач П.
Застосування системи ключових показників ефективності в управлінні діяльністю сервісного підприємства 665
Лопушинська О., Ястреба М.
Вплив розвитку інноваційного менеджменту в країні на ефективність діяльності підприємства 667
Лось В.
Планування як функція управління у фізкультурно-спортивній організації 668
Луцюк А.
Сутність та методи наукового пізнання в системі досліджень 670
Лялюк А., Перетятко У.
Сутність кадрового потенціалу та чинники впливу на ефективність його використання 672
Мазур О.
Цінова політика як базис цінового менеджменту 674
Максимчук Т.
Корпоративна культура підприємства: аналіз головних понять 676
Малюга Л.
Особливості цінової політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу 678
Мацапула С.
Кадрова політика торговельного підприємства 680
Мацко В.
Удосконалення управління процесом надання послуг 682
Мелушова А.
Критерії та показники управління результативністю бізнесу 684
Mysyk V.
Event Management as a Tool of Marketing Communications 686
Мокієнко Є.
Побудова системи управління якістю банківських послуг 687
Mokhniuk A.
The Nature of Effective Business Communication 688
Мурай А.
Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу 689
Нещерет Л.
Маркетингові комунікації та методи просування продукції в Інтернеті 691
Олійник О., Ігнатюк А.
Соціальна відповідальність бізнесу: гендерний аспект 692
Перевалова А.
Забезпечення ефективності управління доходами банківських установ 693

Полуда Т., Стеценко В.
Актуальні стратегії електронної торгівлі підприємств в умовах пандемії 694
Полінкевич О.
Особливості використання Scrum та Kanban в управлінні підприємством 696
Полінкевич О., Міщук Д.
Умови ефективності антикризової стратегії підприємства 697
Помінчук І.
Модель управління фінансовою стійкістю суб'єкта господарювання....698
Постова А.
Доходи населення в ринковій економіці сучасності....700
Рибалко-Рак Л., Наталенко С., Степанова Л.
Соціально-економічні аспекти розвитку антикризового управління на підприємстві....702
Рибицька Л.
Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства....704
Савонік В.
Моделювання оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки підприємства....706
Сак Т., Лавринчук Б.
Стратегії ціноутворення в системі маркетингу підприємств 707
Самолюк Н., Міщук В.
HR-бренд як фактор конкурентоспроможності бізнесу 709
Синєгубова Г.
Роль рекламної діяльності в системі маркетингу 711
Семенюк М.
Особливості розвитку маркетингу підприємства в умовах неоіндустріального суспільства....713
Скачков С.
Маркетингове дослідження макросередовища та ринку молока та молочних продуктів 715
Таран Л.
Розробка фінансової стратегії розвитку банківських установ....717
Тараруєв Ю., Дріль Н.
Застосування управління «за результатами» в процесі обґрунтування стратегії організації....718
Тарасюк А.
Управління бізнес-процесами на підприємстві 720
Терлецька В.
Практика формування венчурних структур: зарубіжний досвід....721
Тимків О.-А.
Ділова комунікативна професіограма менеджера у сучасному бізнес-середовищі....724
Тимошенко В., Мазніченко К.
Соціальні мережі як платформа маркетингової діяльності 725
Тищенко М.
Стратегічне управління сталим розвитком підприємства 728
Тітієвська Д.
Маркетинг-менеджмент в сьогоденній економіці 729
Ткаченко М.
Інструменти формування стратегії сталого розвитку підприємства на основі диверсифікації....731
Харченко О.
Розвиток екологічного менеджменту на підприємствах залізничного транспорту
в умовах цифрової трансформації....733
Хахаєва М.
Маркетингове дослідження макросередовища ринку безалкогольних напоїв 734
Худєєва К.
Управління внутрішньо колективними конфліктами як інструмент забезпечення
безпеки підприємства 737

Чертюк В.
Конкурентна стратегія як фактор формування бізнес-моделі підприємства 739
Чмир М.
Управління конфліктами в організації 741
Шило А.
Кар'єра − основна мотивація для персоналу 743
Шило А.
Комунікації ділових партнерів 745
Шило А.
Роль керівництва в управлінні змінами 746
Шостак Л.
Перспективи цифровізації в логістиці 748
Ющук Н.
Сучасні інструменти корпоративного управління 749
Язвінська Т.
Прикладні аспекти управління конкурентоздатністю ПП «Вест-Вектор» 750
Янюк Д.
Історичні передумови виникнення маркетингу 752

Чевжик Л. – студентка

Науковий керівник: д. е. н., проф. І. Дейнега
Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне, Україна

Маркетинг іміджу території як складова публічного управління

На сьогоднішній день світова практика доводить, що механізми по використанню маркетингових технології надають вагомі можливості створення результативних, інноваційних і гнучких систем в управлінні, що спрямовані на громадянин, та є результативними інструментами економічної діяльності. Проте у вітчизняних реаліях механізми використання маркетингових технологій лише зараз набуває популярності. Відповідно це обумовлює актуальність дослідження передусім дослідження маркетингу іміджу території як стратегічного напрямку публічного управління.

Задля того, аби розширити усі можливості у сфері зовнішньоекономічної сфери, варто мати навички по залученню інвесторів, підприємств, мешканців в туристів. Території, як й товари і послуги, вимагають маркетингових заходів.

Маркетинг територій являється передовою ідеєю, філософією розвитку територій, що дозволяє задовольняти потребу і очікування відповідних цільових ринків. Головною задачею маркетингу територій являється визначення, які саме ресурси виступають у розпорядженні регіонів-конкурентів, та пошук способів диференціювання і позиціонувань таким чином, аби виділятись в свідомості цільових груп. Маркетинг територій не лише сприяє просуванню регіону на ринку. Такий підхід дозволяє встановити проблемні місця території та їх локалізувати. Призначення територіального маркетингу – посилити здібності адаптації територіальної спільноти до ринкових умов, розширити можливості розвитку і збільшити життєву силу місцевої спільноти [1]. Стратегічний маркетинг територій ініціює таке конструювання територіальної спільноти, що дозволяє задовольнити потреби усіх ключових суспільних інституцій.

Головними цілями маркетингу території є: зростання ступеня ідентифікації громадян із територією проживання; забезпечення відомості про певну територію вище регіонального (національного); ріст зайнятості, доходів населення та якості життя, формування сприятливої демографічної структури, сприяння соціальному і культурному прогресу, збереження природного середовища та покращання екологічної ситуації; сприятлива для регіону реалізація ресурсного потенціалу; зростання конкурентоспроможності підприємств регіону; залучення у регіон нових підприємств та інвесторів з інших регіонів (країн); створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього бізнесу; залучення до регіону нових споживачів товарів і послуг, що виробляються (надаються) регіоном; створення позитивного ділового іміджу регіону в країні та за кордоном; реалізація внутрішнього маркетингу, спрямованого на створення корпоративної культури регіону, системи цінностей та самоідентифікації території, її населення й суб'єктів господарювання, розвиток соціального капіталу регіону [2, 125; 3].

Головними методами маркетингу територій є: іміджевий маркетинг, маркетинг визначних пам'яток, інфраструктурний маркетинг, маркетинг людей. Ефективність маркетингових заходів досягається тільки в процесі комплексного розвитку міського середовища, інфраструктури і соціальної сфери, тобто тоді, коли створений імідж відповідає дійсності.

Імідж території – це сума переконань, уявлень і вражень людей щодо даної території. Імідж відображає особисте сприйняття території та може відрізнятись від людини до людини. Відповідно стратегічне управління іміджем є безперервним процесом вивчення того, який імідж території складається у різних аудиторій, сегментування та виявлення цільових аудито-

© *Чевжик Л., 2020*

рій, позиціонування визначних пам'яток таким чином, щоб вони підтримували бажаний імідж та розповсюдження інформації про ці визначні пам'ятки в цільових групах.

Методами просування іміджу території є: реклама, прямий маркетинг, стимулювання продажу, зв'язки з громадськістю, особистий продаж, телебачення.

Для покращення своїх конкурентних позицій регіони можуть застосувати одну із шести стратегій: залучення туристів та ділових відвідувачів; залучення бізнесу з інших місць; утримання та розширення існуючого бізнесу; стимулювання розвитку малого бізнесу і сприяння компаніям-новачкам; збільшення обсягу експорту та залучення іноземних інвестицій: регіон може здобути перевагу, ставши відомим в якості виробника високоякісних товарів чи послуг; збільшення кількості мешканців чи зміна структури населення. У першу чергу боротьба йде за залучення спеціалістів.

Фактична реалізація маркетингу на практиці здійснюється з використанням основних інструментів маркетингу, дещо адаптованих до територіального управління. Комплекс територіального маркетингу може бути представлений через інструменти (засоби) маркетингу, або так званий маркетинг-мікс: територіальний продукт, ціна територіального продукту, місце (локалізація) територіального продукту і просування територіального продукту. Для маркетингу територій, крім традиційних інструментів «4Р», дійсні ще два – підтримка місцевої спільноти та політичні сили [4, 70].

Отже, маркетинг територій дозволяє створити їм стійкі конкурентні переваги, сприяючи залученню зовнішніх інвестицій та розвитку території в цілому, а розвиток іміджу території сприяє закріпленню такої можливості у довгостроковій перспективі.

Джерела та література

1. Anholt S. Competitive Identity: the new brand management for nations, cities and regions. London: Palgrave Macmillan, 2007. 134 p.
2. Арженовський І. В. Маркетинг регіонів. *Економіка та держава.* 2007. № 3. С. 124–127.
3. Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике). URL: http://www.bcimarketing.aha.ru/content/regionalnyi-marketingmarketingovye-metody-v-regionalnoi-politike
4. Бондаренко В. М., Шершун К. О. Поняття та інструменти територіального маркетингу в контексті стратегічного розвитку регіонів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка.* 2012. Вип. 2 (36). С. 66–73.

Чепіль Ю. – студентка
Науковий керівник: к. е. н. А. Табачук
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Інновація як основа поступу економіки

Формування інноваційної економіки потребує «вироблення» нової ідеології, яка орієнтується на нововведення. Наукові результати, конструкторські розробки, технологічні та інституціональні нововведення стають сьогодні головною рушійною силою як економічного прогресу, так й інноваційного розвитку провідних країн світу. Інноваційна економіка, в умовах розвитку суспільства знань, характеризується провідним значенням інноваційної активності суб'єктів науки і виробництва, ростом науково-технічного виробництва, наукоємних технологій, інтелектуалізацією факторів виробництва, які формують завдяки інноваціям, новий технологічний уклад [1, 59].

© *Чепіль Ю., 2020*

Наукове електронне видання на CD-ROM

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Матеріали Міжнародної науково-практичній інтернет-конференції
учнів, студентів, аспірантів і молодих вчених
кафедри підприємництва і маркетингу
Волинського національного університету імені Лесі Українки

27 жовтня 2020 року

Один електронний оптичний диск (CD-ROM)
Об'єм даних 8,9 Мб

Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях,
несуть автори

Коректор Л. В. Шостак
Технічний редактор М. Б. Філіпович

Підписано до друку 29.10.2020. Формат 60×84 1/8. Обсяг 87,88 ум. друк, арк., 87,5 обл.-вид. арк. Наклад 300 прим. Зам. № 862. Видавець і виготовлювач – Волинський національний університет імені Лесі Українки (м. Луцьк, просп. Волі, 13, тел. (0332)72-01-23). Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України ДК № 7197 від 24.11.2020 р.