

# МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти

Центральноукраїнський національний технічний університет

Миколаївський національний аграрний університет

Громадська організація «Об'єднання педагогів і науковців України»



## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ

Матеріали

VIII Всеукраїнської науково-практичної  
інтернет-конференції молодих учених та студентів  
(м. Умань, 18 листопада 2021 р.)

Умань  
2021

УДК 338.24.021.8(06)

С91

### **Головний редактор**

*Слатвінський М. А.*, кандидат економічних наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

### **Редакційна колегія:**

*Корнієнко Т. О.*, в. о. завідувача кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Чвортко Л. А.*, заступник директора з наукової роботи ННІ економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Бержанір І. А.*, канд. економ. наук, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Вінницька О. А.*, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Мельничук Ю. М.*, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Рекомендовано до друку вченою радою*

*Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
(протокол № 4 від 16 листопада 2021р.)*

**Сучасні** проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали  
С91 VIII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів  
(м. Умань, 18 листоп. 2021 р.) / МОН України, Уманський держ. пед.  
ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти [та  
ін.] ; [голов. ред. Слатвінський М. А. ; редкол.: Корнієнко Т. О., Чвортко  
Л. А., Бержанір І. А. [та ін.]. – Умань : Візаві, 2021. – 751 с.

Збірник містить наукові тези VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки», яка відбулася 18 листопада 2021 р. на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, викладачів, аспірантів та студентів з актуальних проблем розвитку національної економіки.

**УДК 338.24.021.8(06)**

*Матеріали подано в авторській редакції.*

© Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини, 2021

## З М І С Т

### СЕКЦІЯ 1. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<b>Бержанір А. Л.</b> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	17
<b>Бідна Т. О.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ.....	21
<b>Будякова О. Ю.</b> НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ.....	26
<b>Булавка Ю.</b> ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	29
<b>Васьків М. Б.</b> СТАТИСТИКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	32
<b>Волошенюк Л. А.</b> ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ СТАНОМ НА 2021 РІК.....	35
<b>Гріщенко Д. В.</b> ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ.....	38
<b>Гришич І. О.</b> ВПЛИВ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....	41
<b>Грозян О. О.</b> ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПІДТРИМКИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....	45
<b>Данильченко І. В.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	48
<b>Єременко М. В.</b> ВИКОНАВЧА ВЛАДА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ...	52
<b>Квасній Л. Г., Бала О. Є.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ.....	56
<b>Ковальчук Н. І.</b> МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ).....	59
<b>Козійчук Б. Р.</b> ПЕРСПЕКТИВИ ВІДСОТКОВОЇ ФІЛАНТРОПІЇ В УКРАЇНІ.....	62
<b>Копотієнко Т. Ю., Левченко Ю. А.</b> АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	67

<b>Джафарова Г. Р.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	543
<b>Квасній О. Р.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	547
<b>Лапко А. В.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	552
<b>Логінов О. В.</b> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	556
<b>Олійник Д. В.</b> ОБЛІГАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ.....	559
<b>Павлишина І. А., Кифоренко Л. О.</b> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	562
<b>Сарахман Х. С.</b> ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ.....	565
<b>Світлична А. О., Лисий Ю. Є.</b> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	568

## СЕКЦІЯ 8. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

<b>Арсенюк М. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ.....	571
<b>Барвінок Н. В.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	576
<b>Білоголова Н. М., Миронов Ю. Б.</b> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КРАЇНИ: ДОСВІД НОРВЕГІЇ.....	581
<b>Бражник Н. О.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	584
<b>Бутєва Н. І.</b> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	587
<b>Глазков В. В.</b> ГОЛОВНІ ПЕРЕШКОДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	591

2. Фондова біржа ПФТС: Підсумки торгів. URL: <https://pfts.ua/trade-info/trade-results>. (дата звернення: 05.10.2021).

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ПОСЛУГ**

**Павлишина І. А., Кифоренко Л. О., студенти**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах сьогодення управління підприємством є складним процесом організації та планування, а також встановлення стратегічних цілей та виконання управлінських рішень і тактичних завдань на підприємстві.

Центральне місце в управлінні підприємством сфери послуг в складних економічних умовах посідають маркетингові дослідження і прогнозування попиту. В управлінні підприємств є функціональні підсистеми, а саме:

- стратегічне і поточне управління;
- планування;
- управління персоналом;
- управління виробництвом;
- управління маркетингом;
- управління фінансами;
- управління інвестиціями.

Під поняттям управління підприємством варто розуміти діяльність, яка є цілеспрямованою та яка виявляє собою сукупність певних методів, форм та засобів продуктивної координації роботи працюючих осіб, для досягнення поставлених цілей та визначення мети.

На побудову стратегічних цілей та реалізацію інноваційної діяльності впливають застаріле обладнання та технології, дефіцит фінансових ресурсів, відсутність державної підтримки, недосконалість податкового законодавства в контексті сприяння інноваційній діяльності господарюючих суб'єктів, недостатня обізнаність в інноваційній сфері. Підвищення ефективності управління інноваційним розвитком підприємства здійснюється через побудову скоординованих стратегічних цілей, що дозволить приймати обґрунтовані

управлінські рішення на практиці [1]. Ефективність діяльності підприємства, та його становлення на ринку принципово залежать від стратегії розвитку, вибору і застосування як окремих стратегічних типів управлінських технологій, так і їхніх різних поєднань.

Підприємства сфери послуг являють собою відкриту соціально-економічну систему, що володіє рядом відмінних ознак.

По-перше, підприємство сфери послуг наряду з підприємствами інших галузей є соціально орієнтованими системами, яким властиве цілеспрямована колективна поведінка. По-друге, ці підприємства були започатковані для надання послуг і тому влилися в господарську систему країни. Тим самим, наряду із соціальними ці системи є також економічними, або, точніше, соціально-економічними системами. По-третє, діяльність таких систем потребує залучення різних ресурсів, для чого необхідна організація ресурсного забезпечення й управління ними для одержання передбачуваного результату. Лише обґрунтоване застосування методів організації й управління створює умови для успішної роботи підприємств.

Дослідження сервісного підприємства як системи, передбачає розгляд складових елементів, серед яких головними є клієнт, обслуговуючий персонал, система надання послуг та фізичне середовище [2].

Всі підприємства є складними соціально-економічними системами, які поєднують у своїх виробничих процесах різні матеріальні елементи, інформаційні зв'язки та людські ресурси. Кожні підприємства мають спільні характеристики-це методи, функції та принципи управління.

В управлінні підприємств існує основна проблема-умови кризи. Вітчизняні вчені, такі як Беленький П., Бланк І.О., Богиня Д., Бойко Є., Брюховецька М. Є., Булеєв І. П., Герасимчук М., Іванов М. П., Василенко В. А., Пасічник В. Г., Колісник М. К., Овсак О. П. та інші, виділили ряд особливостей управління підприємством у кризових умовах:

- кризи можна завбачати, очікувати і викликати;
- кризи у визначеній мірі можна прискорювати, випереджати, відсувати;

- до кризових ситуацій потрібно готуватись;
- наслідки кризи можна пом'якшувати за рахунок своєчасного реагування на їх виникнення;
- кризові процеси можуть бути до визначеної межі керованими;
- управління процесами подолання кризи прискорює ці процеси і мінімізує їх наслідки [3]. На даний час слід перебудувати всю система управління на підприємстві на підставі ринкових вимог.

Отже, на сьогоднішній день сфера послуг є однією з найбільш багатонадійних, що швидко розвивається. Сфера послуг охоплює досить велике поле діяльності починаючи від торгівлі і транспорту, і закінчуючи фінансуванням, страхуванням і посередництвом різного роду, а також туристичні фірми, готелі та ресторани, навчальні та спортивні заклади, пральні і перукарні, театри і кінотеатри, музеї, відносяться до сфери послуг. Майже всі організації надають в тій чи іншій мірі послуги. З практики розвинених країн, у міру ускладнення виробництва і насичення ринку товарами зростає і попит на послуги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пачева Н. О. Особливості стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовтня 2018 р. Київ : «Інформаційно-аналітичне агентство», 2018. С. 268–270.

2. Підприємство сфери послуг як соціально-економічна система. *Менеджмент у сфері послуг* : веб-сайт. URL: [https://pidru4niki.com/10790317/menedzhment/pidpriyemstvo\\_sferi\\_poslug\\_sotsialn\\_o-ekonomichna\\_sistema](https://pidru4niki.com/10790317/menedzhment/pidpriyemstvo_sferi_poslug_sotsialn_o-ekonomichna_sistema).

3. Попадюк С. В. Проблеми управління підприємством в умовах кризи. *Економіка. Сер. Менеджмент та маркетинг* : веб-сайт. URL: [http://www.rusnauka.com/36\\_PWMN\\_2010/Economics/76163.doc.htm](http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76163.doc.htm).

## ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ

**Сарахман Х. С.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Квасній Л. Г.,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

В сьогоденнішніх умовах розвитку людства невід'ємною складовою сучасної сукупності інтегрованих маркетингових комунікацій є цифровий маркетинг та інструменти, що залучають всі цифрові платформи для просування бренду, товару чи послуги. Мобільний маркетинг в наш час складає 25% обсягу маркетингових бюджетів розвинених організацій і його частка невинно збільшується. Організації, що використовують наявні цифрові площадки та засоби комунікацій, є на 25% прибутковішими, ніж інші фірми.

За словами Т. П. Данько та І. І. Скоробогатих [1] мобільний маркетинг – це діяльність, яка спрямована на взаємодію з клієнтами, бізнес-партнерами з можливістю використовувати цифрові, електронні та інформаційно-комунікаційні технології (digital-технології).

З точки зору Д. В. Яцюка [2] цифровий маркетинг на основі digital-технологій передбачає використання всіх доступних цифрових платформ для просування бренду, адже комунікації в цифровому маркетингу дають можливість володіти цільовою аудиторією офлайн-середовищі (використання додатків у телефонах, sms/ mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо).

Сьогодні digital-маркетинг являє собою набагато більше, ніж продаж товарів і продуктів інформації, на цьому рівні відбувається продаж програмних продуктів, рекламних просторів та багато інших товарів та послуг. Сучасні високо розвинуті компанії (Google. Bing), дали можливість малому та середньому бізнесу таргетувати рекламу на локальних покупців, тим самим, піднявши на зовсім новий рівень, ринок інтернет-реклами. Саме даний вид маркетингу є новітньою моделлю бізнесу, яка дозволяє організації,