



*Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
за міжнародною участю*

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ
РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ
ТА БІЗНЕСУ**



МАУП

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ
ВИЩА ШКОЛА ВНУТРІШНЬОЇ БЕЗПЕКИ В м. ЛОДЗЬ
(Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa Wewnętrznego w Łodzi)

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної
конференції за міжнародною участю
“СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ
РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ
ТА БІЗНЕСУ”

25 січня 2022 р.

Київ
2022

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – ректор Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, доц.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, доц.

Члени оргкомітету:

Романова Лідія Василівна – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Коваль Микола Іванович – завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Червінська Любов Петрівна – завідувач кафедри менеджменту ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Дацій Олександр Іванович – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Лукашенко Аліса Іванівна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, д-р іст. наук, доц.

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 1 від 25.01.2022 р.)

Всеукраїнська науково-практична конференція за міжнародною участю “Сучасні тенденції та суперечності розвитку світової економіки та бізнесу”: збірник матеріалів конференції, м. Київ, 25 січня 2022 р. / ред. кол.: І. А. Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І. Каліна (заст. гол. ред), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2022. 332 с.

У збірнику опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи у таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах глобалізації та економіки бізнесу.

Розраховано на науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 МАРКЕТИНГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Романова Лідія Василівна, Семчук Дмитрій Володимирович Тенденції розвитку ринку поліграфічної продукції України	10
Мазур Юлія Володимирівна, Козак Денис Дмитрович Формування організаційно-економічних передумов для реалізації маркетинг-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства	13
Гарасюк Ірина Русланівна, Кулиняк Ігор Ярославович Соціальні рекламно-інформаційні технології у протидії поширенню пандемії COVID-19	16
Грабович Ігор Володимирович, Шпак Нестор Омелянович Цифровий маркетинг в умовах пандемії COVID-19	20
Каліна Ірина Іванівна Скевоморфізм як елемент інноваційного маркетингу	22
Оплачко Ірина Олександрівна, Михасюк Вероніка Олексіївна Особливості сегментування цільової аудиторії на ринку мобільних ігор в Україні	24
Азоян Артем Акопович Дефеніція поняття “копірайтинг”	27
Романова Лідія Василівна, Дідухович Артем Миколайович Ринок систем безпеки в Україні та світі	30
Романова Лідія Василівна, Мазур Юлія Володимирівна, Бережинський Денис Володимирович Тенденції розвитку ринку курячого м'яса в Україні	33
Романова Лідія Василівна, Драч Роман Васильович Формування сегменту працівників ІТ сфери для будівельної компанії в умовах діджиталізації	36
Романова Лідія Василівна Методологічні засади формування маркетингу територій	40

СЕКЦІЯ 2 МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Дацій Олександр Іванович Особливості управління розвитком екологічної системи території	46
--	----

Токарська Марія Валеріївна, Новальська Надія Іванівна Інформаційна складова організаційної сфери діяльності суб'єктів господарювання транспортної галузі	49
Авербух Герман Миколайович Діагностичний аналіз механізму управління персоналом	52
Бержанір Анатолій Леонідович Особливості управління соціально відповідальним бізнесом	55
Савіцька Ольга Петрівна Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах пандемії COVID-19	57
Головач Наталія Василівна, Виноградов Олександр Олександрович Сучасні підходи до професійного підбору кадрів в організації	60
Головач Наталія Василівна, Мельничук Вікторія Олександрівна Концептуальні підходи до формування “якості персоналу” в сучасній економіці	64
Літвінова Анастасія Миколаївна Особливості професійної підготовки майбутніх фахівців у сфері екологічного менеджменту	67
Братусь Ганна Анатоліївна, Варченко Тетяна Володимирівна Напрямки вдосконалення процесу прийняття управлінських рішень щодо кадрової політики підприємства	69
Митрофанова Ірина Володимирівна Автоматизація бізнес-процесів як важливий напрям підвищення ефективності управління сучасним підприємством	72
Середюк Катерина Володимирівна Комплексний підхід до оцінки системи управління конкурентоспроможністю підприємств	75
Kariton Alla, Karov Artem Requirements for information logistics systems	78
Новальська Надія Іванівна, Середюк Катерина Володимирівна Аутсорсинг транспортно-логістичних послуг як інструмент забезпечення ефективного управління сучасним бізнесом	80

СЕКЦІЯ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ, БАНКІВСЬКОЇ ТА СТРАХОВОЇ СПРАВИ

Бержанір Інна Анатоліївна Значення бухгалтерського обліку в управлінні підприємством	83
Скиба Ганна Іванівна Облік виробництва нової продукції та її сертифікації	85

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИМ БІЗНЕСОМ

Становлення і розвиток вітчизняного бізнесу великою мірою залежить від адекватного сприйняття ним найважливіших принципів корпоративної соціальної відповідальності. За таких обставин вона стає рушійною силою створення належних умов праці персоналу підприємств, а також реальних змін у соціально вагомих сферах суспільства.

Значущість проблем корпоративної соціальної відповідальності обумовлені необхідністю створення матеріальних основ для забезпечення сучасних стандартів життя громадян, посиленням тенденції зростання важливості нематеріальних чинників інноваційного економічного росту та пов'язаною із нею необхідністю інвестицій у людський капітал.

Для впровадження і забезпечення ефективності політики соціально відповідального бізнесу необхідно створити оптимальну систему управління ним. Як стверджують науковці, менеджмент корпорації повинен урахувати інтереси тих груп, на які компанія впливає у рамках своєї діяльності. Соціальна відповідальність у цьому випадку покликана врівноважувати внутрішні суто економічні цілі керівництва із соціальними, політичними та економічними інтересами стейкхолдерів [1].

Організаційно-економічний механізм реалізації проєктів, які базуються на принципах соціальної відповідальності на рівні компанії повинен включати:

- попередню стадію, метою якою є здійснення бенчмаркінгу найкращих практик у цій сфері і аналізу власного потенціалу підвищення рівня соціальної відповідальності фірми;
- прогнозування моделей реалізації проєкту впровадження соціальної відповідальності, у тому числі діагностику можливих проблем;
- визначення стейкхолдерів, які зацікавлені у здійсненні такої діяльності компанією;
- створення організаційно-економічного механізму, за допомогою якого буде проведена концентрація зусиль і фінансових ресурсів у сфері соціальної відповідальності.

Головним завданням менеджменту соціально відповідального підприємства буде завжди врахування суперечливих інтересів — з одного боку, бажання уникнути зайвих витрат, які не пов'язані із зниженням собівартості продукції, що випускається, а з іншого — отримання прибутку від нематеріального активу (інтелектуальної діяльності кваліфікованих працівників). Оскільки найближчим часом розраховувати на доступ до міжнародних ринків капіталу для

більшості компаній немає сенсу, то головним завданням менеджменту буде збереження і посилення конкурентоспроможності компаній через зміцнення професіоналізму персоналу [2].

Міжнародним стандартом ISO 26000 “Настанови щодо соціальної відповідальності” визначено, що у більшості випадків організації можуть включити соціальну відповідальність у практику діяльності без створення нових структур або спеціальних нових систем управління, хоча деякі види діяльності, імовірно, будуть здійснюватися з розглядом дещо ширшого кола проблем. Впровадження соціальної відповідальності в першу чергу стосується її інтеграції в існуючу систему управління і структуру. Загалом повна перебудова організації з метою вмонтувати соціальну відповідальність у її діяльність є не обов’язковою або неефективною [3].

Як стверджує голова правління Центру “Розвиток КСВ” М. Саприкіна [4], незважаючи на складні кризові часи, український бізнес покращує свої показники в контексті корпоративної соціальної відповідальності та трансформує бізнес через призму ESG (особливо експортноорієнтовані компанії). А що ж робити українським компаніям, які ще тільки на шляху до КСВ та сталого розвитку? Вони мають здійснити наступні кроки:

- обговорити бачення сталого розвитку за участю керівництва та віднайти свою концепцію в контексті Цілей сталого розвитку;
- відбудувати організаційну структуру та процеси — з огляду на зрілість, масштаби та стратегії порядку денного в галузі сталого розвитку — які забезпечують безперервний прогрес, і призначити людину, яка опікуватиметься цим питанням;
- вимірювати результати та комунікувати у нефінансовому звіті;
- вести чесний та прозорий діалог зі своїми стейкхолдерами, серед яких молодь, регулятори та інвестори [3].

Отже, управління соціально відповідальним бізнесом повинно мати системний і цілеспрямований зміст і бути орієнтованим на виконання завдань суспільного розвитку.

Джерела

1. Бульба В. Г., Третяк М. В. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу // Теорія та практика державного управління. 2013. Вип. 3. С. 343–350. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2013_3_48 (дата звернення: 20.01.2022).
2. Бержанір А. Л. Особливості менеджменту соціально відповідального бізнесу // Актуальні соціально-економічні проблеми держави і регіонів: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Покровськ, 13–14 трав. 2019 р. Покровськ, 2019. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/10799.pdf> (дата звернення: 21.01.2022).
3. Стандарт ISO 26000 “Настанови щодо соціальної відповідальності”. URL: <https://aop.nmu.org.ua/ua/metodicki/special.pdf> (дата звернення: 22.01.2022).
4. Саприкіна М. Соціальна відповідальність стає невід’ємною частиною розвитку та сталості бізнесу. URL: <https://business.ua/uk/node/12451?fbclid=IwA> (дата звернення: 21.01.2022).