

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ЩЕЦИНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Матеріали
XVII Міжнародної науково-практичної конференції

21-22 квітня 2021 р.

Тези доповідей

Київ НУХТ 2021

Проблеми управління підприємств у сучасних умовах: Матеріали XVII Міжнарод. наук.-практ. конф., Київ, 21-22 квітня 2021 р.: тези доп. – К.: НУХТ, 2021. – 110 с.

Видання містить тези доповідей учасників XVII Міжнародної науково-практичної конференції.

Розглянуто актуальні питання управління підприємствами в умовах забезпечення продовольчої безпеки, євроінтеграції та посилення глобалізації економіки, ознайомлено читачів з характером змін усіх складових управлінської діяльності суб'єктів господарювання в умовах конструкції нової економіки, інтенсифікації розвитку технологій управління, зростання інноваційної активності, підвищення ефективності мотиваційного механізму підтримки виробництва.

Розраховано на здобувачів вищої освіти, аспірантів, викладачів, наукових працівників, яких цікавлять питання, пов'язані з функціонуванням підприємств у сучасних ринкових умовах.

Матеріали конференції видано в авторській редакції

Редакційна колегія: О.Ю. Шевченко, О.О. Шеремет, Т.В. Березянюк, О.І. Драган, В.І. Ємцев, Н.С. Скопенко, С.В. Бурлуцька, І.О. Галиця, К. Гадомська-Ліла, Б. Черняхівіч, В. Леонські, А. Вічорек-Жиманська, О.О. Кутас (відповідальний секретар).

Рекомендовано Вченою радою НУХТ
Протокол № 8 від 25.03.2021 р.

© НУХТ, 2021

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
MOGILEV STATE UNIVERSITY OF FOOD TECHNOLOGIES
UNIVERSITY OF SZCZECIN

**PROBLEMS OF MANAGEMENT OF
ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS**

XVII International Scientific Conference

21-22 April 2021

BOOK OF ABSTRACTS

Kyiv NUFT 2021

XVII International Scientific Conference «Problems of management of enterprises in modern conditions»: Book of abstracts. – 21-22 April 2021. – K.: National University of Food Technologies, 2021. – 110 p.

Collection of abstracts by leading scientists, specialists and young researchers in the field of economics and management presented to the Conference.

Recommended for students, postgraduates, leading scientists, young researches, teaching staff, managers of food industry.

Published in authors' edition

Scientific editors: Oleksandr Shevchenko, Oleh Sheremet, Tamara Berezianko, Olena Drahan, Viktor Yemtsev, Nataliia Skopenko, Svitlana Burlutska, Ihor Halytsia, Katarzyna Gadomska-Lila, Barbara Czerniachowicz, Wojciech Leoński, Anna Wieczorek-Szymańska, Olena Kutas (secretary-in-charge).

Recommended by the Academic Council of National University of Food Technologies
Minutes N° 8, 25.03.2021

ЗМІСТ

Секція 1 УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	7
<i>Arych M.</i> Financial and economic aspects of food market security	8
<i>Беренда Н.І.</i> Аудит фінансової звітності як один із інструментів управління стратегічним розвитком підприємств в умовах євроінтеграції	9
<i>Burlutska S.</i> Theoretical and methodological approaches to shaping external economic business processes	11
<i>Дунда С.П.</i> Вплив зовнішнього середовища організації на її розвиток	13
<i>Ємцева Г.Ф.</i> Розвиток зеленого бізнесу в Україні	15
<i>Ємцев В.І., Ємцева Г.Ф.</i> Перспективи розвитку ринку молока в Україні	16
<i>Кириченко О.М.</i> Зарубіжний досвід управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	18
<i>Кусий С.В.</i> Оцінка ефективності збутової діяльності підприємств	21
<i>Lysenko O.</i> The relevance of using economic and mathematical models in risk management of food industry enterprises	23
<i>Маршаленко М.П.</i> Стандарти написання нефінансових звітів та найбільш популярні з них у готельній індустрії	24
<i>Михайленко О.В.</i> Методологічні аспекти наукових досліджень	25
<i>Олійник О.М., Головань О.О., Гаркуша В.А.</i> Глокальний менеджмент товарного асортименту ТНК на українському ринку пива	27
<i>Пенчук Г.С.</i> Моделювання бізнес-проектів на підприємствах	28
<i>Рибачук-Ярова Т.В., Тюха І.В.</i> Управління операційною діяльністю підприємств-виробників ігристих вин в умовах зростання імпорту	30
<i>Рихлівський М.О.</i> Ціннісні інновації: стратегічна логіка швидкого зростання	32
<i>Слободян Н.Я.</i> Обґрунтування вибору стратегії підприємства	34
<i>Ткачук С.В.</i> Стратегія оптимізації в системі маркетингових конкурентних стратегій	36
<i>Шереметинська О.В.</i> Впровадження стратегії в ЗЕД підприємства в сучасних умовах	38
Секція 2 СУЧАСНІ ТЕОРІЇ ТА МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	40
<i>Безпалько О.В.</i> Професійне самовизначення та перспективи реалізації інтелектуального потенціалу сучасної молоді	41
<i>Бергер А.Д.</i> Нейромаркетинг як інновація щодо впливу на поведінку споживачів у роздрібній торгівлі	42
<i>Галиця І.О.</i> Відтворення внутрішньогосподарських інтелектуально-інноваційних еліт та конкурентоспроможність	44
<i>Грищенко Д.Г.</i> Роль керівника в мотивації працівників та слугуюче лідерство	46
<i>Драган О.І.</i> Застосування wellbeing-технологій у менеджменті персоналу компаній	48
<i>Зеніна-Біліченко А.С.</i> Інноваційні навчальні механізми та технології проектування управлінської діяльності	50
<i>Кравченко І.Й.</i> Методи управління персоналом у поєднанні з автоматизованими бухгалтерськими інструментами	52

<i>Кутас О.О.</i> Особливості праці та ролі сучасного менеджера в організації	55
<i>Мазник Л.В.</i> Психологічні аспекти мотивації діяльності в умовах карантинних обмежень.....	57
<i>Новоїтенко І.В., Грицаєнко Н.А.</i> Захист прав і свобод людини в Україні і країнах світу	59
<i>Осадчук О.П.</i> Управління конфліктами в системі менеджменту підприємства.....	61
<i>Тертична Л.І.</i> Міграційна політика: досвід КНР щодо формування міграційних потоків кваліфікованої робочої сили	63
<i>Толстенко О.Ю.</i> Коучинг як інноваційний механізм менеджменту кадрів у страхових компаніях	65

Секція 3 РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНСТРУКЦІЇ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Басюк Т.П., Міліневська В.Д.</i> Перспективи розвитку харчової промисловості України	69
<i>Басюк Т.П., Морозюк Н.М.</i> Проблеми та перспективи розвитку ягідництва України..	70
<i>Гармаш А.О.</i> Застосування ІТ в управлінні підприємствами	72
<i>Ємцев В.І.</i> Активізація інвестиційної діяльності – основний напрям посилення конкурентоспроможності підприємств в АПК України.....	74
<i>Ємцев В.І., Ціцар А.В.</i> Основні моделі постачальників логістичних послуг	77
<i>Закревська Л.М.</i> Інституційне забезпечення здешевлення кредитування підприємств АПК	79
<i>Злотнік О.В.</i> Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємств харчової промисловості	81
<i>Ковальчук І.В.</i> Розвиток агропромислових холдингів в Україні	82
<i>Кундєєва Г.О.</i> Економікс: розвиток підприємств в умовах нової економіки	84
<i>Кутас О.О.</i> Основні засади інноваційного розвитку підприємств	86
<i>Лисенко О.А.</i> Актуальність використання економіко-математичних методів та моделей в управлінні підприємством	88
<i>Макаревич О.В.</i> Принципи управління інтелектуальним капіталом підприємства	90
<i>Новоїтенко І.В.</i> Діджитал-етикет у діловому спілкуванні.....	91
<i>Репіч Т.А.</i> Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку внутрішнього водного транспорту України	93
<i>Скопенко Н.С.</i> Вплив інформаційних комп'ютерних технологій на економіку	95
<i>Соломка О.М.</i> Міжнародні практики менеджменту персоналу в умовах нової економіки	97
<i>Стахурська С.А.</i> Алгоритми та проблеми оцінювання інноваційної діяльності підприємств	99
<i>Тараненко О.М.</i> Стан та тенденції розвитку хлібопекарської промисловості України	101
<i>Тимченко О.І., Сапельніков І.І.</i> Функціонування малого підприємництва в умовах пандемії COVID-19	105
<i>Тур О.В., Тур О.В.</i> Імідж підприємства як чинник конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта	107

збуту зростає, а умови співробітництва погіршуються.

Разом з тим, є всі підстави вважати, що хлібопекарська промисловість має хороші перспективи, при цьому пріоритетними напрямками розвитку можна вважати:

- індустріальне хлібопечення, яке буде спрямоване на зручність, свіжість, різноманітність, доступність;
- застосування фортифікованого борошна. Фортифікація борошна – це метод внесення до складу борошна певних добавок (вітамінів, мінералів) з метою надання ХБВ певних властивостей для окремих категорій споживачів;
- заморожені ХБВ;
- виробництво крафтової продукції;
- розширення реалізації за схемою франчайзингу.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

**О.І. Тимченко,
І.І. Сапельніков**

Національний університет харчових технологій

Пандемія COVID-19 потужно вдарила по світовій економіці та багатьох національних економіках. Запроваджені обмежувальні заходи стали викликом не тільки для національних урядів і пересічних громадян, але й для підприємницького сектору. Введення карантинних заходів призвело до значних негативних наслідків для малого підприємництва: часткове або повне зупинення функціонування частини підприємств, ускладнення логістики, звільнення частини працівників, надання тимчасових відпусток, вимушені скорочення тривалості робочого дня/тижня, зниження прибутків, руйнування ланцюгів поставок тощо. Велика кількість підприємств зіткнулася з неможливістю здійснювати господарську діяльність, втратила доходи та опинилася на межі банкрутства і закриття.

Великий бізнес, як показує практика, досить швидко адаптується до викликів економічних криз, має певний фінансовий резерв для запобігання банкрутству. У той же час найбільш уразливими в нинішніх умовах порушення макроекономічної стабільності виявилися суб'єкти малого підприємництва, які не мають достатньої «подушки безпеки». Більшість суб'єктів малого підприємництва (а це близько 4 млн. робочих місць) втратили до 75% доходів. За оцінками Програми розвитку ООН, проведеними у жовтні 2020 року, через пандемію COVID-19 понад 10% вітчизняних малих та середніх підприємств опинилися на межі банкрутства та можуть невдовзі закрити свій бізнес [1].

У зв'язку з пандемією коронавірусної хвороби в Україні було запроваджено два локдауни. Перший повний локдаун з березня до травня 2020 року пережили не всі малі підприємства, деякі стали банкрутами, інші ж

втратили свої фінансові активи і були змушені звільняти працівників або відправляти у відпустку за власний рахунок. Другий локдаун може поглибити наявну економічну кризу і суттєво сповільнить відновлювальний потенціал української економіки.

Проблеми, з якими зіткнулися власники малого підприємництва у зв'язку з COVID-19, умовно можна згрупувати таким чином [2]:

- малі підприємства закриваються та залишаються з проблемами невизначеності сам на сам;

- доступ до капіталу, підприємці повинні мати певну суму капіталу для утримання «на плаву», підтримки постачання, забезпечення співробітників необхідним для віддаленої роботи, а це потребує фінансових вкладень;

- збалансування роботи з домашнім життям – це одна з найбільших проблем для власників малого бізнесу;

- зростання кількості безробітних, оскільки власники вимушені звільняти працівників або скорочувати робочий час, що призводить до зниження доходів.

За даними опитування Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), проведеного з 15 до 21 травня 2020 р., в якому взяли участь 111 компаній-членів асоціації, третина мікро- та малих підприємців (33%) втратила понад половину (55-75%) доходів, 44% втратили до 50% доходів, ще 7% розглядають варіант закриття компанії і лише у 14% не сталося жодних змін у роботі або навіть зріс дохід. Понад половина компаній (60%) розглядають варіант повного або часткового переходу на віддалену або позмінну роботу, 54% – відновлення своєї офлайн-роботи протягом травня-червня. Згідно з результатами опитування, менше половини компаній змогли зберегти заробітну плату співробітникам незмінною – 48% респондентів, тоді як 29% відзначили скорочення заробітної плати, а 19% відправили працівників у неоплачувану відпустку. Водночас лише 59% респондентів зберегли персонал у незмінному складі, 33% респондентів скоротили штат, а 6% – перебувають у пошуку нових працівників [3].

За результатами опитування, яке провела Європейська Бізнес Асоціація з 1 по 31 грудня 2020 р. (взяли участь 426 власників і директорів малого бізнесу всіх сфер діяльності), індекс настроїв малого підприємництва впав до 2,38 балів із 5 можливих, порівняно із 3,07 балами 2019 року. У порівнянні з попередніми роками майже вдвічі знизилась кількість підприємців, задоволених поточним станом справ у їхньому бізнесі. Таких було 24% проти 42% у минулому році. Відповідно, зросла і кількість незадоволених – від минулорічних 29% до нинішніх 58%. При цьому, у 2020 р. погіршилися не лише настрої, але й очікування змін. Так, 80% вважають поточну економічну ситуацію несприятливою для ведення бізнесу. Головні причини цього – низька купівельна спроможність населення, вплив карантинних обмежень, податкове навантаження та фіскальний тиск. 58% відзначають зменшення кількості замовлень, ще 18% були змушені переглянути бізнес-модель та шукати нові напрямки, 10% оптимізували діяльність та скоротили персонал, а 3% змогли збільшити продажі чи відкрили нові ринки збуту. Лише 14% не помітили впливу коронавірусу на їх діяльність [3].

У кризових умовах через поширення коронавірусу саме допомога держави малому підприємництву може призвести до поліпшення економічної ситуації. Проте, прийняті на законодавчому рівні заходи замалі та не завжди діють і спрацьовують. Уряд України повинен дослідити досвід розвинених країн, обговорити необхідні дії зі Спілкою українських підприємців щодо аналізу ситуації, шляхів її вирішення, прийняття короткострокових та подальших дій у разі продовження пандемії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Красота О.В., Кір'єв І.С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах порушення макроекономічної стабільності // Ефективна економіка. – № 2. – 2021. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/>.
2. Коробка С.В. Вплив локдауну на діяльність малого підприємництва // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 32 (71). – 2021. – № 1. – С. 46-50.
3. Європейська Бізнес Асоціація. URL: <https://eba.com.ua/unlimit-ukraine>.

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА

О.В. Тур, канд. екон. наук

Національний університет харчових технологій

О.В. Тур, канд. екон. наук

Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова, м. Миколаїв

Позитивний імідж сприймається як важлива та необхідна складова частина нематеріальних активів процвітаючих підприємств, оскільки позитивний імідж підвищує конкурентоспроможність підприємств, полегшуючи доступ до ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних), сприяє налагодженню міцних партнерських відносин, підвищенню лояльності споживачів до продукції, що випускається, та позиціонує їх як корпоративно-соціально відповідальний елемент бізнесу. Також позитивний імідж підприємства посилює конкурентну позицію, що призводить до зростання його «ринкової влади», а опір різних контактних груп підприємству на ринку скорочується.

Побудова позитивного іміджу підприємства не базується тільки на візуалізації та уніфікованому логотипі, графіці, буквеному позначенні, кольорі, стилі оформлення інтер'єру. Інші фактори мають велике значення в розвитку іміджу підприємства. Тому, розглядаючи особливості формування іміджу підприємства у реаліях сьогодення, ми дійшли висновку:

1. Імідж підприємства складається під впливом зовнішніх чинників, що виникають в умовах конкурентної боротьби.
2. Імідж підприємства спрямований на цільові аудиторії: зовнішню і