

Громадська організація  
«Центр економічних досліджень та розвитку»

Збірник тез наукових робіт учасників  
Всеукраїнської науково-практичної конференції

**ЕКОНОМІКА, ІННОВАЦІЇ  
ТА СУЧАСНІ БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЇ**

13 березня 2021 року

Одеса  
2021

УДК 330.341(063)  
Е 45

**Матеріали друкуються в авторській редакції.**

Редакція не завжди поділяє думку та погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

**Економіка, інновації та сучасні бізнес-технології:** збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 13 березня 2021 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – О.: ЦЕДР, 2021. – 96 с.

**Экономика, инновации и современные бизнес-технологии:** сборник тезисов научных работ участников Всеукраинской научно-практической конференции (г. Одесса, 13 марта 2021 г.) / ОО «Центр экономических исследований и развития». – О.: ЦЭИР, 2021. – 96 с.

УДК 330.341(063)  
Е 45

© Автори статей, 2021  
© Центр економічних досліджень та розвитку, 2021

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

**Булкіна І. А., Пустоварова К. А.**

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....5

**Вайсберг О. Ю.**

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ.....10

### НАПРЯМ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

**Вербило К. О.**

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ .....15

**Зварич І. Т., Зварич О. І.**

ЗАСАДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ .....19

**Патинська-Попета М. М.**

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ГРОМАД .....24

**Чугрій Г. А.**

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ГАЛУЗІ НАСІННИЦТВА В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ.....29

**Ясинська Д. В.**

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В ПЕРІОД КРИЗИ .....33

### НАПРЯМ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Васюта В. Б., Добрицька В. А.**

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

НА ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....37

**Козлова А. О.**

ВПЛИВ КРИЗОВОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

НА ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ (ВВП) КРАЇН.....42

**Кукушкіна О. К.**

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....45

**Марченко В. Ю.**

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ .....49

**Павлюк А. П.**

ЕФЕКТИВНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

НА ПІДПРИЄМСТВІ .....53

<b>Покотило Т. В., Басалаєва Д. В.</b> ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ .....	58
<b>Сергієнко А. О., Македон Г. М.</b> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ М'ЯКИХ ІГРАШОК .....	62
<b>Фаталов В. В., Мохамед Саад Хуссейн Ібрахім</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТРУКТУРУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ .....	66
 <b>НАПРЯМ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА</b>	
<b>Іванова А. С., Овчаренко В. І.</b> ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ В ПРОГРАМАХ ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ .....	71
<b>Хаджикова О. П.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІСТОБУДІВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	75
 <b>НАПРЯМ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА</b>	
<b>Колонтай С. М., Чернявська В. А.</b> ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ .....	78
 <b>НАПРЯМ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ</b>	
<b>Буфан А. П., Західна О. Р.</b> АНАЛІЗ МІЖБЮДЖЕТНИХ ТРАНСФЕРТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД .....	83
 <b>НАПРЯМ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b>	
<b>Дивак В. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ MS EXCEL OFFICE 365 .....	87
<b>Станасюк Н. С., Берднік Д. А.</b> ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РЕЗУЛЬТАТУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ БАЗОВИХ ПРИНЦИПІВ ТЕОРІЇ ІГОР .....	90

# НАПРЯМ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

**Булкіна І. А.**

доцент кафедри міжнародних економічних відносин

**Пустоварова К. А.**

здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня

*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

## МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах надзвичайного інтенсивного розвитку глобалізаційних процесів, прискореного зростання світової торгівлі та інших процесів міжнародного обміну, за яких світова економіка стає більш інтегрованою та відкритою, велика кількість українських підприємств особливу увагу приділяє розвитку зовнішніх ринків для руху товарів, капіталу, робочої сили. Пожвавлення міжнародного бізнесу вимагає формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності, оскільки її реалізація дає змогу підвищити конкурентоспроможність та гнучко реагувати на зміни умов ділового середовища.

Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] під відповідною діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. Однак подане визначення не висвітлює конкретні напрями такої діяльності. Більш того, розкриття зовнішньоекономічної діяльності визначається через поняття «господарська діяльність», під якою розуміється будь-яка діяльність, в тому числі підприємницька, пов'язана з виробництвом і обміном матеріальних та немате-

ріальних благ, що виступають у формі товару. Втім надалі у Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] надаються окремі види зовнішньоекономічної діяльності, які хоча й розкривають її досить змістовно, але все одно не визначають остаточно її сутності. Такий висновок ґрунтується на тому, що досить ґрунтовно насамперед визначається перелік відповідних різновидів діяльності з погляду юридичних основ їх проведення, більшість з яких все ж таки має спільні сутнісні ознаки економічного характеру. Отже, згідно із законом, до різновидів зовнішньоекономічної діяльності відносять: експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили; надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності; наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі; міжнародні фінансові операції; кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності; спільна підприємницька діяльність; організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів; діяльність, що побудована на формах зустрічної торгівлі; операції щодо придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку тощо. Проте позитивним у визначенні, поданому відповідно до Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», є встановлення підпорядкованості її до господарської діяльності певного суб'єкта господарювання. Тобто визначається загальне місце зовнішньоекономічної діяльності з погляду функціонування певного суб'єкта господарювання.

Разом з цим невід'ємною частиною здійснення ЗЕД підприємства є різні економічні важелі – інструменти та методи управління, які допомагають змінювати стан об'єкта, здійснювати регулювання для досягнення певних економічних результатів. У цілому такі важелі управління ЗЕД також класифікують за різними напрямками. Так, із розподілом методів зовнішньоекономічного регулювання на економічні та адміністративні

(табл. 1), різниця між якими полягає в засобі впливу на відповідну діяльність через ринкові відносини чи адміністративні заходи, існує також інша класифікація – тарифні й нетарифні методи [2–5]. У свою чергу, наприклад, нетарифні методи також можна розподілити за окремими напрямками впливу: грошово-кредитні, фінансові, валютні, податкові, інфраструктурні, інформаційні, маркетингові тощо.

Водночас поділ відповідного інструментарію щодо впливу на здійснення ЗЕД підприємства можна подати з урахування множини діючих факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Втім загалом доцільно визначити наявність певної множини різновидів ЗЕД та інструментарію впливу на кожний з таких різновидів, де також доцільно виділити окремо групу загального та специфічного інструментарію (окремих методів та інструментів впливу).

Таблиця 1

**Методи управління зовнішньоекономічною діяльністю**

Назва	Сутність	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
економічні	система важелів і заходів, за допомогою яких здійснюється вплив на керовані об'єкти з метою досягнення поставленої мети і забезпечення єдності інтересів підприємства і окремих працівників: митний тариф та митні збори; ціни на експортовані та імпортовані товари; норми прискореної амортизації; ставки надання і одержання кредитів, ставки страхування експортних кредитів, позик; іноземні інвестиції на території України	реалізують матеріальні інтереси участі суб'єкта у зовнішньоекономічній діяльності; стимулюється прояв ініціативи; реалізується творчий потенціал працівників на основі задоволення матеріальних потреб	методи непрямой дії (вони не можуть змусити об'єкт управління діяти однозначно); залежать від створення державним органом управління фінансової чи матеріальної мотивації, що здатна вплинути на економічні інтереси суб'єктів господарювання; залишаються незадоволеними багато потреб, що лежать поза сферою матеріального інтересу, що знижує мотивацію

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4
адміністративні	<p>система способів і прийомів організаційно-розпорядчої дії, яку використовують для організації і координації об'єктів управління з метою виконання поставлених завдань: ліцензування і квотування товарів; заборона окремих видів експорту та імпорту товарів; застосування спеціальних імпорتنих процедур та правових режимів; заходи проти недобросовісної конкуренції, розгляд спорів, що виникають у процесі здійснення ЗЕД</p>	<p>забезпечують чіткий розподіл обов'язків, дотримання повноважень, дисципліни та правових норм; не вимагає великих матеріальних витрат; оперативне досягнення цілей та забезпечення швидкої реакції на зміну зовнішнього середовища (для малих підприємств)</p>	<p>відсутні дієві стимули праці і можуть виникати антистимули; у великих організаціях менеджери не зацікавлені в підвищенні компетентності, тому вона в дефіциті</p>
Соціально-психологічні	<p>специфічні способи впливу на особисті стосунки і зв'язки між працівниками. Базуються на використанні моральних стимулів до праці, діють з метою перетворити адміністративне завдання на свідомий обов'язок, завдяки використанню психологічних прийомів таких, як: соціальні методи (врахування особливостей взаємодії людей, культурних цінностей); психологічні мотиви (гармонізація стосунків працівників фірми і формування сприятливого психологічного клімату)</p>	<p>включаються механізми трудової мотивації, не пов'язані із задоволенням матеріальних потреб; практично не потрібні матеріальні витрати</p>	<p>не використовуються стимули, що спираються на матеріальні потреби людей; важко прогнозувати результати</p>



Тож цілком правомірним постає питання щодо можливості визначення ЗЕД окремого підприємства на підставі певної процедури уніфікації такої множини її різновидів та відповідного інструментарію її здійснення.

Як основа такої процедури уніфікації ЗЕД підприємства варто застосувати так звану матрицю-карту основних різновидів ЗЕД та відповідного інструментарію її здійснення. Матрицю-карту можливо визначити за допомогою узагальнення по стовпцях основних різновидів ЗЕД певного підприємства, а по рядках відповідного інструментарію щодо здійснення такого різновиду ЗЕД. Тоді на перехресті окремих рядків та стовпців доцільно подати етапність та складність проведення ЗЕД підприємства загалом. Тож така матриця-карта є не лише узагальненням відповідної діяльності підприємства, а й карткою можливості проведення обраних напрямків ЗЕД на певному підприємстві, яка визначає окремі проблемні питання ведення обраних напрямків. До того ж загалом така матриця-карта може бути застосована й для аналізу ведення ЗЕД з погляду різних підприємств.

Вибір методу управління здебільшого залежить від характеру проблеми, що підлягає вирішенню, а також ресурсів, наявних на підприємстві, кваліфікованих менеджерів та умов виробничого процесу. Задля досягнення ефективного результату, на практиці менеджери зовнішньоекономічної діяльності використовують наведені вище методи у поєднанні, адже кожен з цих інструментів зосереджується на певному вузькому сегменті управлінського процесу.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». – Режим доступу: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
2. Бурмистров В.Н., Холопов К.В. Внешняя торговля Российской Федерации. – Москва : Юрист, 2001. – 384 с.
3. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посібник для студ. вузів. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 247 с.

4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник // І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман / За ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – Київ : Центр навч. літ., 2004. – 580 с.

5. Покровская В.В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: Учебник. – Москва Юрист, 2000. – 456 с.

**Вайсберг О. Ю.**  
магістр

*Поліський національний університет  
м. Житомир, Україна*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ**

Володіння методикою щодо виявлення конкурентних переваг у торгівлі агропродукцією на світових ринках на основі даних міжнародної торгівлі представляється необхідним з точки зору досягнення більш поглибленої спеціалізації в економіці країни. Існує багато різноманітних підходів та показників визначення конкурентних переваг, серед яких для оцінки агропродовольчої продукції варто виокремити такі два, як:

1) аналіз показників економічної ефективності використання ресурсів, зростання якої забезпечується шляхом дотримання стандартів якості та безпеки аграрної продукції, екологічної чистоти, гуманного ставлення до тварин, тощо, тобто концентрація уваги спрямована на виробництво конкурентоспроможної продукції. Цей підхід дозволяє визначити галузь, яка матиме порівняльні переваги на світовому ринку до початку виникнення міжнародних торговельних відносин. Модель, що розроблена на основі такого підходу може використовуватися для прогнозування напрямів зовнішньої торгівлі країни;

2) збереження конкурентних переваг визначається якісними характеристиками продукції, які впливають на собівартість та ціну