

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(25–26 листопада 2021 року)

Харків – 2021

УДК 338(06)
С91

Редакційна колегія:

Матвєєва Н. М. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Килимник І. І. – канд. юрид. наук, доцент кафедри правового забезпечення господарської діяльності Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Коюда О. П. – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

С91 **Сучасні тенденції розвитку суб'єктів економічної діяльності :** матеріали всеукр. наук.-практ. конф., Харків, 25–26 листопада 2021 року / [редкол. : Н. М. Матвєєва, І. І. Килимник, О. П. Коюда] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова та ін. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 140 с.

У збірнику надруковані матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку суб'єктів економічної», яка проходила з 25 по 26 листопада 2021 року в Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова. Розглядалися питання щодо проблем, підходів, методів і механізмів ефективного функціонування суб'єктів економічної діяльності в сучасних економічних умовах.

УДК 338 (06)

© Колектив авторів, 2021

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021

ЗМІСТ

Секція 1

Особливості функціонування суб'єктів господарювання в сучасних економічних умовах

<i>Берест М. М. Діагностика фінансової кризи та формування антикризової фінансової стратегії підприємства</i>	5
<i>Грек К., Ломакіна Д. Вплив якісної реклами на розвиток бізнесу</i>	8
<i>Євменов Р. О. Використання нових методів для забезпечення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах</i>	10
<i>Коломієць А. Р. Стан та перспективи реформування житлово-комунального господарства України</i>	12
<i>Костюк В. О., Мількін І.В. Використання індексного методу для чинникового аналізу доходу підприємства газових мереж.....</i>	14
<i>Костюк В. О., Хмелевська А. А. Чинниковий аналіз ефективності використання виробничих площ підприємства.....</i>	17
<i>Куденчук М. О. Сучасні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства</i>	20
<i>Левандовська О. М., Мальований Г. О. Теоретичні аспекти стратегії розвитку підприємства</i>	22
<i>Матвєєва Н. М., Єсіна В. О. Особливості розробки стратегії розвитку підприємств будівельної галузі.....</i>	23
<i>Матвєєва Н. М., Раєвська Ю. Р. Сутність та моделі мотивації персоналу</i>	25
<i>Славута О. І., Махник М.С. Екологічний нагляд в сфері санітарії та управління стічними водами в зв'язку з COVID-19</i>	27
<i>Татарнікова О. Ю., Орябинська В. Взаємозв'язок конкуренції та розвитку бренду</i>	29
<i>Федотова І. В., Скалозубов О. О. Сутність кадрової логістики підприємства</i>	30
<i>Федотова І. В., Асташов А. Р. Узагальнена система управління взаємовідносинами АТП зі споживачами послуг.....</i>	32
<i>Хмелевська А. А., Соболева Г. Г. Економічний розвиток будівельних підприємств в умовах кризової економіки.....</i>	34
<i>Шинкар Л.О. Функціонування ринку праці під час пандемії «COVID-19»</i>	36

Секція 2

Особливості економічного розвитку територій

<i>Мамонов К. А., Ачкасов А. Є. Інтелектуальна геопросторова економіка: концепція, структурні компоненти.....</i>	38
<i>Коюда О. П., Шинкар Л. О. Визначення інвестиційної привабливості на</i>	

<i>мезоекономічному рівні</i>	39
<i>Поляхова А. С. Особливості економічного розвитку територій</i>	40
<i>Cherep O. G., Bezkorovaina L.V. Models of green and rural tourism development</i>	42
<i>Череп А.В., Осаул А.О. Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні</i>	43

Секція 3

Цифрова та інформаційна економіка

<i>Алексєєва К.О. Цифрова та інформаційна економіка</i>	46
<i>Биковська Г.В. Світовий досвід формування інформаційного суспільства.</i>	47
<i>Воронкова В. Г., Олейнікова Л. Г. Обґрунтування взаємозв'язку і взаємозумовленості процесів цифрової трансформації економіки</i>	50
<i>Євменов Р. О. Чинники формування інформаційного суспільства в Україні</i>	52
<i>Іванова А. Д. Інформаційна економіка в сучасному суспільстві</i>	54
<i>Михайлова К. В. Цифрові платформи у шерінговій економіці</i>	56
<i>Перетяцько Е. О. Чинники трансформації людського капіталу в умовах розвитку інформаційного суспільства</i>	58
<i>Пилипенко В. С. Економіка в сучасному світі цифрових технологій</i>	60
<i>Прокопенко М.В., Шершенюк О. М. Бізнес – застосування електронних мобільних додатків</i>	61
<i>Славуца О. І., Юр'єв Б. М. Інформаційне забезпечення аналізу використання водних ресурсів</i>	63
<i>Солнишкіна Ю. Д. Розвиток електронного врядування як складова формування інформаційної економіки України</i>	65
<i>Трембак К. В. Стан і тенденції розвитку матеріальних активів інформаційного виду економічної діяльності в Україні</i>	66
<i>Трембак К. В. Проактивне управління проектами інноваційного розвитку національної економіки</i>	68
<i>Цюпа С. В. Сучасні напрямки розвитку hr в цифровій економіці</i>	72

Секція 4

Соціально - правові аспекти господарювання в сучасних умовах

<i>Білоцерківська Є. О. Донорство крові, її компонентів: проблеми та шляхи вирішення</i>	75
<i>Бочкова І. І., Буденна В. М. Аналіз деяких змін, внесених до трудового законодавства у зв'язку з пандемією COVID-19</i>	76
<i>Бочкова І. І., Протас А. Ю. Особливості реалізації корпоративних прав неповнолітніми особами</i>	78
<i>Бочкова І. І., Самойлова В. К. Діджиталізація трудових відносин – електронна трудова книжка та автоматичне призначення пенсії</i>	80
<i>Бочкова І. І., Скачко В. А. Порушення трудових прав в період пандемії...</i>	82
<i>Бочкова І. І., Швачко С. Г. Деякі новели трудового законодавства:</i>	

<i>дистанційна та надомна форми праці</i>	84
Бочкова І. І., Шульга К. В. <i>Особливості реалізації трудових прав неповнолітніх</i>	86
Бровдій А.М., Лукашевич Д. С. <i>Корупційні ризики при публічних закупівлях</i>	89
Врублевська-Місюна К. М., Процебуда Є. Ю. <i>Сімейне фермерське господарство: правове регулювання діяльності в Україні.....</i>	91
Врублевська-Місюна К. М., Сікаленко О. С. <i>Господарська діяльність у сфері медичного туризму: правовий аспект.....</i>	94
Врублевська-Місюна К. М., Ширишова Я. Ю. <i>Державні гарантії захисту інвестицій в Україні.....</i>	96
Гапонов Д. С. <i>Інформаційне суспільство та його безпека.....</i>	98
Гнізюк М. Р. <i>Альтернативна енергія та особливості правового регулювання її виробництва та споживання.....</i>	100
Ільченко К. М. <i>Необхідність правового регулювання підприємницької діяльності.....</i>	102
Ісичко К. О. <i>Державна підтримка виробництва та споживання енергії з альтернативних джерел.....</i>	104
Килимник І. І, Кухтик М. К. <i>Відповідальність та доброчесність в освіті та науці.....</i>	106
Килимник І. І., Ножка Ю. Р. <i>Протидія дискримінації в сфері трудових відносин.....</i>	107
Килимник І. І, Обозна К. П. <i>Відповідальність та доброчесність в освіті та науці.....</i>	109
Кіндінова А. К. <i>Досвід зарубіжних країн у контексті правового забезпечення інформаційної безпеки України.....</i>	110
Клюхін К. О. <i>Використання природних ресурсів у сфері господарювання: правовий аспект</i>	113
Колодяжний С. В. <i>Державна підтримка суб'єктів господарювання в умовах пандемії.....</i>	115
Концелідзе Д. А. <i>Колективні трудові права в Україні та країнах ЄС</i>	119
Максименко М. К. <i>Проблеми дотримання екологічних норм в процесі здійснення господарської діяльності.....</i>	121
Меньшикова В. О. <i>Становлення інституту медіації як методу вирішення трудових спорів.....</i>	124
Руденко Д. Р. <i>Дисциплінарна та матеріальна відповідальність в трудовому праві України.....</i>	126
Сікаленко О. С. <i>Господарська діяльність у сфері медичного туризму: правовий аспект.....</i>	128
Тагієв Б.Ф. <i>Правове регулювання використання альтернативних джерел енергії.....</i>	130
Штанько П. С. <i>Порядок припинення інститутів спільного інвестування</i>	133
Юрко А. В. <i>Соціально-економічні чинники досягнення ефективності праці</i>	135
Ярчук Д. С. <i>Медіація, як спосіб вирішення спорів</i>	138

СЕКЦІЯ 1

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Керівник секції – канд. екон. наук, доцент Н. М. Матвеева
Секретар секції – канд. екон. наук, доцент О. П. Коюда

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ ТА ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

М. М. БЕРЕСТ, канд. екон. наук, доцент
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
61166 Україна, м. Харків, пр-т. Науки, 9-а
maryna.berest@hneu.net*

Функціонування сучасних соціально-економічних систем характеризується наявністю значної кількості дестабілізуючих факторів, які є результатом трансформаційних та інтеграційних процесів останніх років. У цих умовах перед вітчизняними підприємствами постає проблема своєчасного гнучкого реагування на нестабільність ринкового середовища, з однієї сторони, та формування адекватної стратегії розвитку – з іншої. Це багато в чому визначає потребу у формуванні та використанні новітніх ефективних методів та інструментів управління.

Більшість існуючих наукових досліджень у сфері антикризового фінансового управління на підприємстві спрямовані на усунення наслідків кризових ситуацій. Однак, нестабільність та динамічність ринкових відносин вимагають від керівництва підприємством впровадження таких методів управління, які б забезпечували своєчасне запобігання виникнення кризових ситуацій та протидіяли негативним явищам та процесам, які несуть загрози та порушують інтереси суб'єкта господарювання щодо забезпечення сталого розвитку.

Саме тому перед вітчизняними підприємствами постає проблема впровадження антикризового фінансового управління як системи превентивних, стабілізаційних та післякризових управлінських впливів. Актуальність дослідження посилюється тим, що стійке та прибуткове функціонування кожного з вітчизняних підприємств забезпечує ефективність та стабільність економічної системи на національному рівні, що є запорукою самостійності та незалежності України. В той же час сучасна практика функціонування господарюючих суб'єктів свідчить про загальний низький рівень антикризового фінансового управління. Перш за все, це обумовлено відсутністю дієвого методичного забезпечення діагностики фінансової кризи

на підприємстві.

З огляду на те, що процес антикризового фінансового управління передбачає розробку антикризової фінансової стратегії, то доцільним є використання такої методики оцінки рівня фінансової кризи (ФК), результати застосування якої давали б можливість приймати рішення про вибір тієї чи іншої антикризової фінансової стратегії підприємства, а також слугували б підґрунтям вибору керівництвом дієвих антикризових заходів.

Аналіз наукових досліджень з проблем стратегічного менеджменту [1-3] показав, що одним з найчастіше застосовуваних у процесі розробки стратегій є матричний аналіз. Це пояснюється тим, що матричні побудови дозволяють здійснити позиціонування підприємства на двовимірній площині і залежно від отриманого результату вибрати адекватну стратегію або отримати інший результат аналізу, що відповідає поставленій цілі дослідження.

У даному зв'язку в якості підґрунтя для проведення діагностики рівня розвитку ФК та подальшого вибору антикризових заходів на підприємстві пропонується використати та розширити методичний підхід, представлений у роботі [1], що дозволить не лише об'єктивно оцінити поточне фінансове становище підприємства, а й прийняти рішення щодо майбутніх напрямів розвитку господарської діяльності суб'єкта підприємництва. Пропонований алгоритм діагностики та вибору антикризових заходів підприємством представлений на рис. 1.

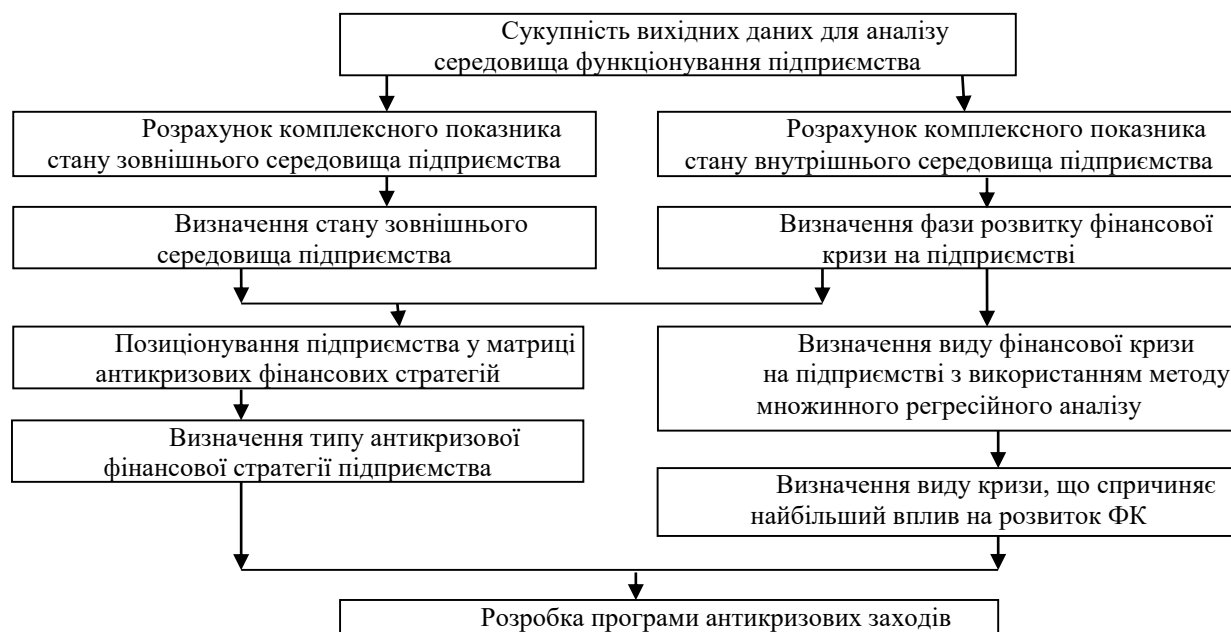


Рисунок 1 - Алгоритм діагностики та вибору антикризових заходів підприємством

Таким чином, запропонований алгоритм дозволить позиціонувати підприємство в матриці антикризових фінансових стратегій залежно від стану зовнішнього середовища та рівня розвитку кризи, а також сформулювати для нього адекватний перелік антикризових заходів.

Список використаних джерел:

1. Раєвнева О. В. Санаційна стратегія промислового підприємства: механізм формування та моделі реалізації / О. В. Раєвнева, М. М. Берест: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 334 с.
2. Семенов А. Г. Класифікація видів фінансової стратегії підприємства / А. Г. Семенов, О. О. Єропутова, О. О. Плаксюк // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2012. – № 1. – С. 163–170.
3. Юрик Н. Є. Особливості вибору антикризової стратегії на основі структурно морфологічного аналізу / Н. Є. Юрик // Економічний часопис-XXI. – 2011. – № 1-2. – С. 62-65.

ВПЛИВ ЯКІСНОЇ РЕКЛАМИ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

К. ГРЕК, Д. ЛОМАКІНА, студентки 4 курсу
спеціальності 022 «Дизайн» спеціалізації «Графічний дизайн»
Державний вищий навчальний заклад
«Харківський коледж текстилю та дизайну»
61058 Україна, м. Харків, вул. Данілевського, 3
tatarnikovaelena@ukr.net

Ми живемо у час стрімкого зростання попиту і пропозиції. З цієї причини, збільшується кількість бажаючих відкрити власну справу та створити новий бренд. Саме тому так важливо мати якісну рекламу, що буде виділяти бренд серед інших.

Реклама сприяє підтримці зайнятості та доходу, допомагаючи підтримувати попит (стимулюючи покупки). Зазвичай, коли бізнес-цикли знижуються, компанії скорочують свій рекламний бюджет. Можливо, з цим заходом прибуток збільшиться, але згідно з дослідженнями, компанії, які продовжують інвестувати в рекламу під час рецесії, мають кращу позицію для захисту, а іноді й збільшення своєї частки ринку. Реклама стала настільки важливою, що ЗМІ використовують її для фінансування, і від неї залежить її існування.

Реклама була дуже важливою для суспільства з двадцятого століття, оскільки це засіб вираження, який дозволяє використовувати будь-який тип стратегії для досягнення поставленої мети, вона також використовує уяву та дозволяє грати з аспектами реальності, які надходять до несвідомих людей.

У XX столітті реклама досягла свого піку через технологічну революцію та науковий розвиток, оскільки саме через це суспільство змінило погляди, спосіб життя, які передбачають зміну способу просування продукції та роблять існування чогось публічним.

Важливість реклами полягає в кількості людей, яких вона може поглинути і яких вона може зацікавити, її поява відбувається з розвитком дизайну, який надає естетику речам, надає форму продукту, оскільки це буде його зміст, і на кого буде спрямоване його споживання. Зображення,