



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ,  
ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ ТА ПРАВА В ХХІ СТОЛІТТІ**

**CURRENT ISSUES OF ECONOMICS,  
ACCOUNTING, FINANCE AND LAW  
IN THE XXI CENTURY**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 1  
Part 1**

**26 жовтня 2021 р.  
October 26, 2021**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



**ЗМІСТ**  
**CONTENTS**

<b>СЕКЦІЯ 1. ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА ТА ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА В СУЧАСНОМУ СВІТІ</b> <b>SECTION 1. FOOD SAFETY AND ECOLOGICAL POLICY IN THE MODERN WORLD</b> .....	7
<i>Бокій О. В.</i> ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЇЇ МОНИТОРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	7
<b>СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ</b> <b>SECTION 2. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY</b> .....	8
<i>Годухін Г. І., Мельник А. О.</i> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В НОВІ ТЕХНОЛОГІЧНІ КОМПАНІЇ.....	8
<i>Корх Н. О.</i> PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN ECONOMY IN A PANDEMIC CONDITION .....	9
<b>СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b> <b>SECTION 3. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES</b> .....	10
<i>Дубовик С. Г., Миненко Р. Ю.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В МЕДИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	10
<i>Кононов І. А., Спивакова Н. А., Галена Е. Г.</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ .....	11
<i>Лісовець А. М.</i> ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ТА СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ НИМИ .....	12
<i>Позднякова О. О.</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТАТЕГІЧНОГО, ТАКТИЧНОГО ТА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	14
<b>СЕКЦІЯ 4. ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА І СТАЛІЙ РОЗВИТОК</b> <b>SECTION 4. ECOLOGICAL ECONOMICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT</b> .....	16
<i>Драчук Ю. З., Чейлях Д. Д.</i> ДО ШЛЯХІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	16
<i>Самусевич Я. В., Новикова Д. А.</i> ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКОВИХ РЕФОРМ У КРАЇНАХ СВІТУ .....	19
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ</b> <b>SECTION 5. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES</b> .....	21
<i>Прокопишин О. С., Баглай А. О.</i> СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ .....	21

<b>СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА</b> <b>SECTION 6. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMICS</b> .....	22
<i>Максютова О. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ .....	22
<b>СЕКЦІЯ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ</b> <b>SECTION 7. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES</b> .....	23
<i>Голуб Д. Р., Соломаха І. В.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ .....	23
<i>Качан Т. Є.</i> СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	25
<b>СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ</b> <b>SECTION 8. ENVIRONMENTAL ECONOMICS</b> .....	27
<i>Лазарєва О. В., Кузнєцова М. Д.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	27
<b>СЕКЦІЯ 9. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ</b> <b>SECTION 9. INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES</b> .....	28
<i>Касімова Т. О.</i> КРАУДФАНДИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	28
<i>Панасенко М. В.</i> ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ: РОЗБУДОВА ФІНАНСОВОГО РИНКУ .....	29
<i>Челомбїтько Т. В.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙ В КИТАЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНОЮ .....	31
<i>Чухраєва Н. М., Сівоха І. І.</i> ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	32
<b>СЕКЦІЯ 10. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА</b> <b>SECTION 10. DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR, SOCIAL ECONOMICS AND POLICY</b> .....	33
<i>Кліменко О. М.</i> СУЧАСНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ .....	33
<b>СЕКЦІЯ 11. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА</b> <b>SECTION 11. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS</b> .....	34
<i>Пронтекер В. Є.</i> ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ .....	34
<b>СЕКЦІЯ 12. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b> <b>SECTION 12. ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT</b> .....	36
<i>Бурий Є. П., Лободзинська Т. П.</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ .....	36

<b>Єрмоленко Н. С.</b> ДИНАМІКА РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	37
<b>Жерліцина С. В.</b> АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОГО ЦИФРОВОГО СТАНДАРТУ ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ – iXBRL В УКРАЇНІ.....	39
<b>Гусєв А. О.</b> АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКАМИ Й ПЛАТЕЖАМИ У ПРОГРАМНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ «1С: ПІДПРИЄМСТВО».....	41
<b>Сологуб Н. В.</b> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ПЕРВОМАЙСЬКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНИЙ КОМБІНАТ»).....	43
<b>Мала І. С.</b> ОБЛІК І АУДИТ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	45
<b>Ус А. О.</b> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	46
<b>Федорів М. М.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	47
<b>СЕКЦІЯ 13. МАРКЕТИНГ</b> <b>SECTION 13. MARKETING</b> .....	49
<b>Приходько А. В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕДІА-СТРАТЕГІЇ.....	49
<b>СЕКЦІЯ 14. МЕНЕДЖМЕНТ</b> <b>SECTION 14. MANAGEMENT</b> .....	50
<b>Байда Н. В.</b> УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ З КЛІЄНТАМИ В УМОВАХ ЗМІН .....	50
<b>Боровик М. В., Лисенко К. С.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІАГНОСТИКА ПРИЧИН ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЮ .....	52
<b>Рудінська О. В., Бессарабова Н.-К.</b> ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ .....	53
<b>Копішинська К. О., Топунова В. Ю.</b> ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	55
<b>Рудінська О. В., Чепурна Л. В.</b> БРЕНДИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	56
<b>СЕКЦІЯ 15. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b> <b>SECTION 15. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS</b> .....	58
<b>Заболоцький М. В., Заболоцький Т. М., Петришин М. Ю.</b> ВПЛИВ АВТОКОРЕЛАЦІЙ ДОХІДНОСТЕЙ НА ВЛАСТИВОСТІ ОЦІНКИ БЕТА- КОЕФІЦІЄНТА.....	58

Наведені тренди розвитку технологічних інновацій для підприємств харчової промисловості вказують на високий потенціал впровадження діджиталізації, нових технологій обробки даних, зокрема, з використанням автоматичних технологій та сировини. Такі тренди дозволять ефективно скоригувати стратегічні вектори розвитку глобальних та місцевих підприємств харчової галузі.

**Список літератури**

1. Васильченко К. Г. Аналіз основних підходів і методів прийняття рішень щодо інноваційного розвитку харчових підприємств в умовах невизначеності. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 78-82.
2. Крисанов Д.Ф. Інноваційна діяльність переробно-харчових підприємств: проблеми, виклики та їх подолання. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2013. Вип. 9 (1). С. 101-111.
3. Толстая Н. В. Інноваційний потенціал як важливий елемент стратегічного потенціалу харчових підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 8 (2). С. 102-105.
4. Чухраєва Н. М. Параметри забезпечення стійкості інноваційного розвитку національних харчових підприємств. *Стратегія економічного розвитку України*. 2016. № 38. С. 138-146.

**СЕКЦІЯ 10**

**SECTION 10**

**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,  
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА  
DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR,  
SOCIAL ECONOMICS AND POLICY**

**УДК 334.78**

**Кліменко О. М.**

к. е. н., доцент, доцент кафедри  
економічної теорії та економічної політики,  
Харківський національний економічний  
університет ім. С. Кузнеця

**СУЧАСНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ**

Прагнення бізнесу впливати на суспільні процеси виправдано, без такого впливу неможливо говорити і про соціальну відповідальність бізнесу.

Для того щоб бути по-справжньому сучасною комерційною структурою, власникам та керівництву необхідно формувати філософію фірми, чітко визначати її місію. З економічної точки зору сучасний бізнес повинен мати високі прибутки, гідну зарплату співробітників, тощо. Але ж імідж фірми формується не тільки економічним успіхом. Місія компанії відображає не тільки мету отримання прибутку, а й підкреслює суспільну роль і значимість бізнесу. Довгострокові і короткострокові задачі бізнесу тісно пов'язані з державною політикою та стратегією, тенденціями розвитку всього суспільства.

Власники та керівники успішного бізнесу, крім встановлених законом зобов'язань перед державою, добровільно вирішують прийняти на себе певну частку соціальної відповідальності. Зауважимо, що тягар зобов'язань і так дуже великий, особливо в сучасних умовах третього року пандемії. Тому зрозуміло, що соціально відповідальним підприємству бути вигідно.

Соціальна відповідальність бізнесу відбувається з усвідомлення того, що фірма повинна діяти на користь суспільству, ресурсами якого (трудовими, екологічними, інформаційними, науковими, тощо) вона користується.

Комерційні організації, реалізуючи власні корпоративні соціальні програми, є суб'єктами соціальної політики місцевого, регіонального, а деколи і державного рівня. Тому виникає необхідність встановлення конструктивного діалогу з органами влади та громадськими організаціями.

Спілкування з іноземними партнерами, інтеграційні процеси, що активно та широко розвиваються в Україні, активізують необхідність втілення соціальної відповідальності бізнесу, влади, суспільства. У класичному, прийнятому в країнах з розвинутою економікою розумінні соціальна відповідальність головним чином включає в себе:

- сумлінну та прозору ділову практику;
- професійний розвиток персоналу підприємства;
- охорону здоров'я співробітників та безпечні умови праці;

- охорону навколишнього середовища і використання ресурсозберігаючих технологій;
- розвиток місцевої громади.

Таким чином, підприємства втілюють соціальні інвестиції, доповнюють основний вид діяльності вкладеннями, що розраховані на досягнення стійких позитивних змін в суспільстві на території інтересів бізнесу. І це виявляється взаємовигідним і для бізнесу, і для влади, і для суспільства в цілому. Соціальне партнерство – це сучасне об'єднання інтересів влади, суспільства і бізнесу. Передові вітчизняні компанії вже включають систему соціального партнерства в стратегію розвитку бізнесу, залучаючи громадські організації для розробки і реалізації спільних соціальних проектів та програм.

Все частіше виникають підприємства, для яких соціальна відповідальність стає практично основною метою існування. Вони так і позиціонують себе, як соціальні підприємства. Але аналіз діяльності соціальних підприємств – це окреме дослідження та в коло нинішнього не входить.

Найрезультативніша сучасна реалізація соціальної відповідальності бізнесу – це фінансування громадських організацій. Форми можуть бути різними. Так, наприклад, можна перераховувати визначені суми громадським організаціям, і громадські організації розподіляють кошти, отримані від бізнесу, серед нужденного населення або втілюють у соціальні програми. Можна також надавати громадським організаціям, які і являють собою суспільство, продукцію свого підприємства.

Також важливим видом соціальної відповідальності є корпоративне волонтерство, коли фірма надає робочий час своїх співробітників суспільству. Наприклад, студенти проходять практику на підприємстві, їм потрібно все пояснювати, вони будуть все перепитувати. Співробітники компанії в свій робочий час консультують, навчають їх. Як наслідки, студент отримає професійний досвід при виконанні в інтересах фірми посильних доручень, і якщо виконає їх блискуче, керівник може подумати, чи не запросити його на роботу. Таким чином, фірма готує для себе кваліфікованого працівника, і при цьому заощаджує на підборі персоналу, навчанні тощо. Як видно, користь взаємна.

Соціальна відповідальність фірми може виявлятися також і в соціально-відповідальній реструктуризації, в соціально-відповідальному маркетингу, і в інших формах.

Отже, соціально-відповідальна компанія має наступні переваги:

- зміцнення репутації та іміджу;
- підвищення ефективності ведення бізнесу;
- облаштування «території» бізнесу;
- підвищення інвестиційної привабливості компанії, особливо із зарубіжними партнерами.

Довгочасна міжнародна практика доводить, що соціальна відповідальність фірми, крім позитивного ефекту для суспільства, приносить і додатковий прибуток. Український бізнес, незважаючи на тимчасові складності економічного, політичного, епідеміологічного характеру має активніше втілювати механізми реалізації моделей соціально-відповідальної стратегії.

**СЕКЦІЯ 11  
SECTION 11**



**ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА  
TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS**

**Пронтекер В. Є.**  
викладач,

ВСП «Мукачівський фаховий коледж  
НУБіП України»

**ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ**

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус і зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя й діяльності людини. Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку