



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Університет митної справи та фінансів

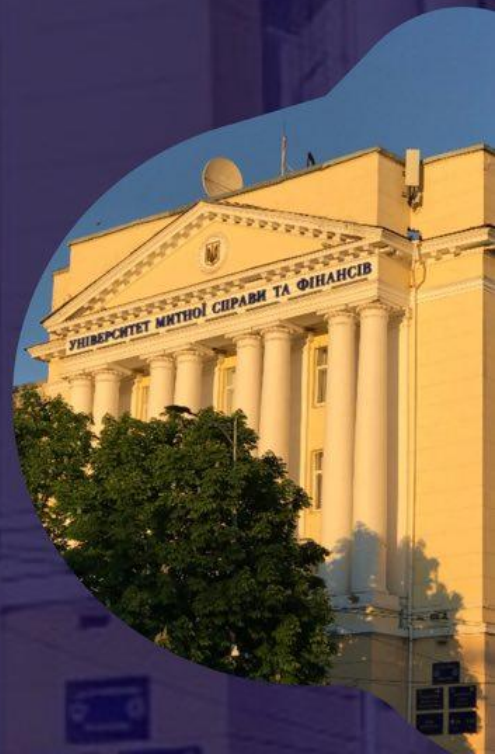
ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**II Міжнародної науково-практичної інтернет-
конференції**
**«ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ, БІЗНЕСІ,
СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ ТА МІЖНАРОДНИХ
ВІДНОСИНАХ»**

21 квітня 2022 р.

ТОМ 1

ДНІПРО



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Університет митної справи та фінансів
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Київський національний авіаційний університет
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Луцький національний технічний університет
Вищий навчальний заклад Національна академія управління
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»
Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного університету
Полтавський державний аграрний університет
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Вища школа управління охороною праці в Катовіцах (Польща)
Академія педагогіки та адміністрації ім. Мешка I в Познані (Польща)
Університет Лойола (Іспанія)
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)
Ташкентський фінансовий інститут (Республіка Узбекистан)
Латвійський університет (Латвія)
Університет національної та світової економіки (Болгарія)
Таджикський державний фінансово-економічний університет (Республіка Таджикистан)



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
«ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ, БІЗНЕСІ,
СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ ТА МІЖНАРОДНИХ
ВІДНОСИНАХ»

Том 1

21 квітня 2022 р.

Дніпро

Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції : у 2 т. – Т. 1. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2022. 464 с.

Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, які включені до збірника, присвячено актуальним питанням: соціальні інновації як фактор сталого розвитку економіки; підприємництво, торгівля, маркетинг: сучасні тренди та перспективи розвитку; спрямування розвитку сучасних інноваційних технологій у сфері комп'ютерних наук та кібербезпеки; інноваційні аспекти розвитку національної й світової індустрії туризму та гостинності; актуальні питання міжнародних відносин та регіональних студій; проблематика розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин; комунікаційні технології та інноваційні рішення.

Призначено для науковців, викладачів, фахівців-практиків, аспірантів і студентів.

Організатори конференції:

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Університет митної справи та фінансів

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Київський національний авіаційний університет

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Луцький національний технічний університет

Вищий навчальний заклад Національна академія управління

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного університету

Полтавський державний аграрний університет

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Вища школа управління охороною праці в Катовіцах (Польща)

Академія педагогіки та адміністрації ім. Мешка I в Познані (Польща)

Університет Лойола (Іспанія)

Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)

Ташкентський фінансовий інститут (Республіка Узбекистан)

Латвійський університет (Латвія)

Університет національної та світової економіки (Болгарія)

Таджикський державний фінансово-економічний університет (Республіка Таджикистан)

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ ДРУКУЮТЬСЯ МЕТОДОМ ПРЯМОГО ВІДТВОРЕННЯ
ТЕКСТУ, ПРЕДСТАВЛЕНОГО АВТОРАМИ, ЯКІ НЕСУТЬ ПОВНУ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЗА ЙОГО ФОРМУ І ЗМІСТ**

Москаленко А.В. Університет митної справи та фінансів ТОВАРОПОСТАЧАННЯ ТА РОБОТА МЕРЕЖ ПРОДУКТОВИХ МАГАЗИНІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	239
Нежива Д.О. Університет митної справи та фінансів ЕКСПОРТ ЗЕНОВИХ КУЛЬТУР ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ В ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ	240
Нехай О.М., Малихіна К. В. Університет Лойола Андалусія АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО	242
Огданський К.М. Університет митної справи та фінансів СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	246
Падерін І.Д., Горященко Ю.Г. Університет митної справи та фінансів ПЕРЕДУМОВИ ТА БАР'ЄРИ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІННОВАЦІЙ	248
Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю., Осецький В.Л. Університет митної справи та фінансів Київський національний університет імені Тараса Шевченка ГЛОБАЛЬНА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗМІН У ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	252
Пилипенко А.А. Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ОБЛІКОВО- АНАЛІТИЧНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	255
Плаксієнко В.Я., Єгорова О.В. Полтавський державний аграрний університет ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДІАГНОСТИКУ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ	258
Повторенко А.В. Університет митної справи та фінансів СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В ТОРГІВЛІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ	261
Решетнікова О.В. Університет митної справи та фінансів СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ	266
Сапожник Д. І Львівський торговельно-економічний університет НАПРЯМКИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ СФЕРИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	270
Світлична А.В., Волкова Н.В. Полтавський державний аграрний університет КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	275
Ситніков В.І. Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	279

д.е.н., проф. Пилипенко А.А.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Успішність діяльності підприємства значною мірою визначається обраними параметрами його позиціонування в ринковому середовищі та відповідністю виходів бізнес-процесів запитам середовища. За таких умов саме маркетингова діяльність набуває неабиякого значення для сучасних підприємств, а отже й потребує належної організації управління нею. Головною умовою дієвості такого управління є наявність інформації, яка достовірно та повною мірою описує об'єкт управління. Оскільки ж головним джерелом створення інформації у будь-якого суб'єкта господарювання є бухгалтерський облік, актуалізується питання такої організації облікового процесу, результатом якої буде задоволення потреб в інформації від всіх її користувачів. Процес такої організації в свою чергу має враховувати необхідність інтегрування маркетингових рішень з діяльністю підприємства на системній основі. У такому разі нівелюється необхідність чіткоговідокремлення концептів маркетингового управління та управління маркетингом, адже діяльність підприємства та його менеджменту орієнтується на просування створюваної підприємством цінності за стадіями її життєвого циклу й тим самим забезпечує задоволення інтересів та потреб споживача. Такий рух за стадіями життєвого циклу може перериватися дією цілої низки об'єктивно існуючих факторів загроз, що буде створювати загрози як ринковому позиціонуванню підприємства, так і безперервності його діяльності в цілому.

З огляду на широку поширеність концепту економічної безпеки підприємства в сучасних дослідженнях, далі будемо орієнтуватися на його представлення в рамках положень стандарту ISO 22301 «Системи управління безперервністю діяльності» та в заснованих на даному стандарті наукових розробках **Ошибка!** **Источник ссылки не найден..** В контексті безперервності бізнесу економічна безпека підприємства розглядається як здатність протидіяти впливу факторів загроз та як спроможність повернутись до заданого стану економічної системи

(відновити діяльність після прояву інцидентів втрати безперервності). Такий концепт безперервності бізнесу дозволяє тісно зв'язатися з поняттям безперервності діяльності з облікової парадигми, який розкривається через формування інформаційних повідомлень з урахуванням того, що діяльність підприємства буде продовжуватися у майбутньому. В результаті отримуємо, що маркетинг виступає засобом визначення орієнтирів підтримки безперервності діяльності та інструментом встановлення спрямування керівних впливів щодо відновлення діяльності у разі прояву інцидентів втрати безперервності. Облік в свою чергу трансформується у систему фіксування та передбачення таких інцидентів. Цілковито зрозуміло, що описана трансформація вимагає певних змін в організації облікового процесу, які також мають базуватися на системному підґрунті. Тут знову ж таки слід орієнтуватися на так званий системний підхід 2.0 (найбільш повне узагальнення даного підходу представлено в роботі А.Левенчука [2]), відмінність якого полягає у розгляді системи лише у взаємодії з зацікавленими в її існуванні особами (стейкхолдерами). Сукупність інтересів таких осіб визначатиме як вимоги до тієї цінності, яку просуває підприємство за стадіями життєвого циклу, так і до повідомлень щодо руху цієї системи, що фіксуються в бухгалтерському обліку (тут навіть доречніше вести мову про систему консолідації обліково-аналітичної інформації). Таке розуміння системного підходу цілком доречно співвідносити з концепцією рефлексивного маркетингу (або системно-рефлексивного маркетингу в рамках пропозицій його розробника [1]). Відмінністю такого маркетингу є орієнтація на управління намірами учасників товарно-ринкової взаємодії через формування відповідних інформаційних повідомлень. Такі впливи на наміри (інтенції) споживачів та конкурентів засновуються на консолідації потрібної інформації, у тому числі в обліковій системі, ключовим завданням якої стає мінімізація інформаційної асиметрії. Така мінімізація потрібна для зменшення рефлексивних впливів на підприємство з боку, наприклад, конкурентів (такі впливи виступають розширенням прийнятого в традиційній парадигмі управління економічною безпекою переліку загроз).

Отже, орієнтація системно-рефлексивного маркетингу на інтенції споживачів та інших стейхолдерів підприємства спричиняє додаткові загрози економічній безпеці та безперервності діяльності підприємства. Прояв таких додаткових загроз розглянемо у двох ключових сферах. По-перше, це сфера реалізації рефлексивної взаємодії (базується на об'єктивно існуючій асиметрії інформації), наявність якої потребує зменшення негативних загроз за рахунок зміни підходу до консолідації відомостей з систем моніторингу та бухгалтерського обліку. По-друге, це сфера розширення аналітичності облікової інформації в напрямку додавання інформації про інтенції стейкхолдерів та інтеграція з відомостями про середовище господарювання.

Наявність описаних сфер потребує певного розширення підходів до організації маркетингу, обліку та діяльності підприємства в цілому, в першу чергу за рахунок систематизації всіх ключових аспектів діяльності та рішень щодо параметрів реалізації таких аспектів. У даному випадку доречним бачиться застосування одного з наявних підходів до формалізації архітектури підприємства (найбільш поширеним є стандарт TOGAF[4]). Саме в рамках формування моделей архітектури відбуватиметься інтеграція та узгодження маркетингових рішень з потрібною для їх реалізацією інформацією та з процедурами консолідації такої інформації в рамках розвитку системи бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел:

1. Длигач А.А. Системно-рефлексивный маркетинг : монография. К.: Алерта, 2014. 400 с.
2. Левенчук А. Системное мышление. Бостон-Ульдинген-Киев: Проект «Баловство», Толиман, 2022. 794 с.
3. Drewitt T. A Manager's Guide to ISO22301. A practical guide to developing and implementing a business continuity management system. United Kingdom: IT Governance Publishing, 2013. 224 p.
4. Desfray P., Raymond G. Modeling Enterprise Architecture with TOGAF. Amsterdam: Elsevier Inc., 2014. 285 p.