

МАТЕРІАЛИ І МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

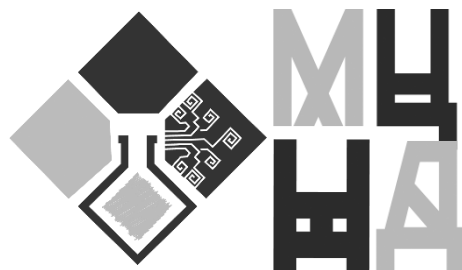
20 ЖОВТНЯ 2023 РІК

М. ЛУЦЬК, УКРАЇНА

**«РОЗВИТОК НАУК В УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**



МАТЕРІАЛИ ІІ
МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ



РОЗВИТОК НАУК В УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

| 20 жовтня 2023 рік
м. Луцьк, Україна

Вінниця, Україна
«UKRLOGOS Group»
2023

Організація, від імені якої випущено видання:

ГО «Міжнародний центр наукових досліджень»

Голова оргкомітету: Рабей Н.Р.

Верстка: Білоус Т.В.

Дизайн: Бондаренко І.В.



Конференцію зареєстровано Державною науковою установою у сфері управління Міністерства освіти і науки «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації» в базі даних науково-технічних заходів України на поточний рік та бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 284 від 16.06.2023).

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0).

Р 64

Розвиток наук в умовах нової реальності: проблеми та перспективи: матеріали II Міжнародної наукової конференції, м. Луцьк, 20 жовтня, 2023 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2023. — 144 с.

ISBN 978-617-8126-84-1

DOI 10.36074/mcnd-20.10.2023

Викладено матеріали учасників II Міжнародної спеціалізованої наукової конференції «Розвиток наук в умовах нової реальності: проблеми та перспективи», яка відбулася 20 жовтня 2023 року у місті Луцьк.

УДК 082:001

© Колектив учасників конференції, 2023

© ГО «Міжнародний центр наукових досліджень», 2023

ISBN 978-617-8126-84-1

© ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ, МАКРО- ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ

Коркуна І.І., Павленчик Н.Ф., Маркевич Ю.О.9

ВПЛИВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА СФЕРУ ТУРИЗМУ

Крижанівський Т.Я.12

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЯК ШЛЯХ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ
ГОСТИННОСТІ

Кулик О.М.14

СПОЖИВЧА ВАРТІСТЬ І СПОЖИВЧА ЦІНА ЯК ЕКОНОМІЧНА ФОРМА СУСПІЛЬНОЇ
КОРИСНОСТІ

Пашко С.О.17

СЕКЦІЯ ІІ. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄНОГО СТАНУ ТА
ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Рогач С.М.20

СУТНІСТЬ РИТЕЙЛУ ЯК СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ Е-КОМЕРЦІЇ

Парасюк О.В., Кучер Л.Ю., Русин-Гриник Р.Р.23

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДВИЩЕННЯ
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ємельянов О.Ю., Данилович О.Т.25

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
АГРОСЕКТОРА

Русин-Гриник Р.Р., Шпак Ю.Н., Демчук О.І.28

СЕКЦІЯ ІІІ. ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА; ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІК І АУДИТ

ДО ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНОНІМНОСТІ В ПРОЦЕСІ ЗДОБУТТЯ
ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК В ФІНАНСОВИХ РОЗСЛІДУВАННЯХ

Крутько А.М., Котух Є.В.30

НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗА ОБЕРНЕНИМ МЕТОДОМ НА ОСНОВІ ІНШОГО СУКУПНОГО ДОХОДУ ДО ОПОДАТКУВАННЯ Сук П.Л.	32
--	----

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ ТА МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ Серебрянський Д.В.	36
---	----

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ Кіс Д.В.	38
---	----

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА Нужний О.С., Сіталенко Р.А.	41
---	----

СУЧАСНА СТРУКТУРА ФОНДОВОГО РИНКА Підпригора М.О., Тройнікова О.М.	43
--	----

СЕКЦІЯ IV. МАРКЕТИНГОВА ТА ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ЦИФРОВА СТРАТЕГІЯ У МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ Діденко Є.О.	46
--	----

СЕКЦІЯ V. МЕНЕДЖМЕНТ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» В АСПЕКТІ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ Тонський М.Г., Мізіна О.В.	48
---	----

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РІК НАВИЧОК: СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ Баланюк Ю., Семигіна Т., Моркляник Б.	51
--	----

ЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ В РОЗРІЗІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ДЕРЖАВИ Судак В.О.	54
--	----

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Грига І.І., Гункевич М.Б.	56
---	----

СЕКЦІЯ VI. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

ГЕОПОЛІТИЧНА ОБСТАНОВКА НА ПІВДЕННОМУ КАВКАЗІ Гольцов А.Г.	58
--	----

СЕКЦІЯ V. МЕНЕДЖМЕНТ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» В АСПЕКТІ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ

Тонський Михайло Геннадійович

студент II курсу ОС магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Донецький Національний технічний університет, м. Луцьк, Україна

Мізіна Олена Вікторівна

ORCID ID: 0000-0002-2022-3071

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки
Донецький Національний технічний університет, м. Луцьк, Україна

Однією з найбільш важливих функцій менеджменту як практичної управлінської діяльності в ринкових умовах є управління конкурентоспроможністю. Саме підтримка необхідного рівня конкурентоспроможності (на внутрішньому та міжнародних ринках) є основою успішного господарювання, забезпечує можливості адекватно реагувати на тиск з боку гравців ринку. Але, щоб вірно визначати напрями та завдання відповідної діяльності, слід чітко уявляти сутність поняття «конкурентоспроможність»

Найчастіше розглядають три рівні управління конкурентоспроможністю, ідею про існування яких висунув ще М.Портер [1] (див. рис. 1):

Мікрорівень	Мезорівень	Макрорівень
Управління конкурентоспроможністю підприємств (товарів)	Управління конкурентоспроможністю кластерів (галузей)	Управління конкурентоспроможністю територій (країн, регіонів)

Рис. 1. Рівні управління конкурентоспроможністю

Базовою одиницею в дослідженнях дуже часто виявляється категорія «конкурентоспроможність підприємства (фірми)». Але, нажаль, на сьогодні не існує згоди щодо єдиного її трактування. За М. Портером конкурентоспроможність підприємства визначається порівняльними перевагами, які воно має відносно інших фірм, або хоча би його здатністю перебувати на одному рівні з подібними конкуруючими суб'єктами ринку [1, с. 76]. Таке визначення не завжди виявляється достатньо повним, оскільки мета майже кожного підприємства - отримання максимального прибутку. Конкурентоспроможність фірм, очевидно, більш

багаторівневе поняття й ця багаторівневність визначає необхідність оцінки різних функціональних сфер діяльності (фінансів, виробництва, кадрової складової та ін.) та впливу зовнішнього середовища. Окремі автори не достатньо обґрунтовано зводять конкурентоспроможність до ефективного використання власних та позикових ресурсів в умовах вільного ринку та вважають фінансову складову її основою, але таке обмежене розуміння даної категорії значно скорочує перелік практичного інструментарію управління конкурентоспроможністю.

На думку С. Ярошенко індикаторами конкурентоспроможності підприємства є його можливості, завдяки більш ефективним стратегіям, довгий час мати власні переваги на ринку, прибутково функціонувати на ньому впродовж довгострокового періоду та мати такий прибуток, який дозволяє у достатньому ступені заохочувати працівників, модернізувати виробництво, підвищувати (підтримувати) якість продукції [2]. Такий підхід виявляється більш зваженим, але потребує подальшого визначення факторів, які саме визначають конкурентну перевагу на ринку.

Взагалі, слід звернути увагу на те, що сутність конкурентоспроможності не можна зводити лише до можливостей отримання певного прибутку. Так, за думкою, викладеною в роботі [3, с. 532], сутність конкурентоспроможності полягає в можливості отримання прибутку, розмір якого достатній для простого (або/чи розширеного) відтворення виробництва, покращення параметрів товару, мотивації праці. Але, очевидно, що простий перерозподіл отриманих коштів зовсім не визначає комплексне поняття конкурентоспроможності.

Так само не можна обмежити поняття конкурентоспроможності підприємства його здатністю виробляти конкурентоспроможну продукцію або здатністю задовольняти потреби споживача за допомогою виробництва товарів, що за своїми параметрами перевершують конкурентів. Авторські пропозиції такого роду ігнорують комплексну сутність даного поняття та очевидний факт, що конкурентоспроможність підприємства визначається не лише конкурентоспроможністю його товарів/послуг. Хоча, при оцінці конкурентоспроможності не слід залишати осторонь факт, що в умовах відсутності попиту на продукцію фірми, вона не може бути конкурентоспроможною (тимчасовий попит, створений завдяки використанню демпінгових цін і т.п., не можна вважати фактором конкурентоспроможності).

Конкурентоспроможність підприємства – це багаторівнева та комплексна характеристика, що повинна включати оцінку широкого кола складових його діяльності (забезпеченість ресурсами, фінансові результати, виробничий та інтелектуальний потенціал та інше) та зв'язків, що складаються в його зовнішньому та внутрішньому середовищах в даний час та майбутньому. З цієї точки зору досить коректним виглядає визначення, надане В. Г. Шинкаренком та А. С. Бондаренком, що конкурентоспроможність – це «динамічна характеристика здібностей підприємства адаптуватись до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому поставлений рівень конкурентних переваг» [4, с.14].

Вирішуючи певні завдання управління конкурентоспроможністю, звичайно не можна одночасно охопити всі її аспекти, а слід зосередитися на окремих з них. Але, в будь-якому випадку, слід враховувати деякі основні положення (див. рис. 2), які необхідно покласти в основу побудови управлінських процесів та використання відповідного інструментарію (починаючи з обґрунтування стратегій й до формування комплексу маркетингу 4P)

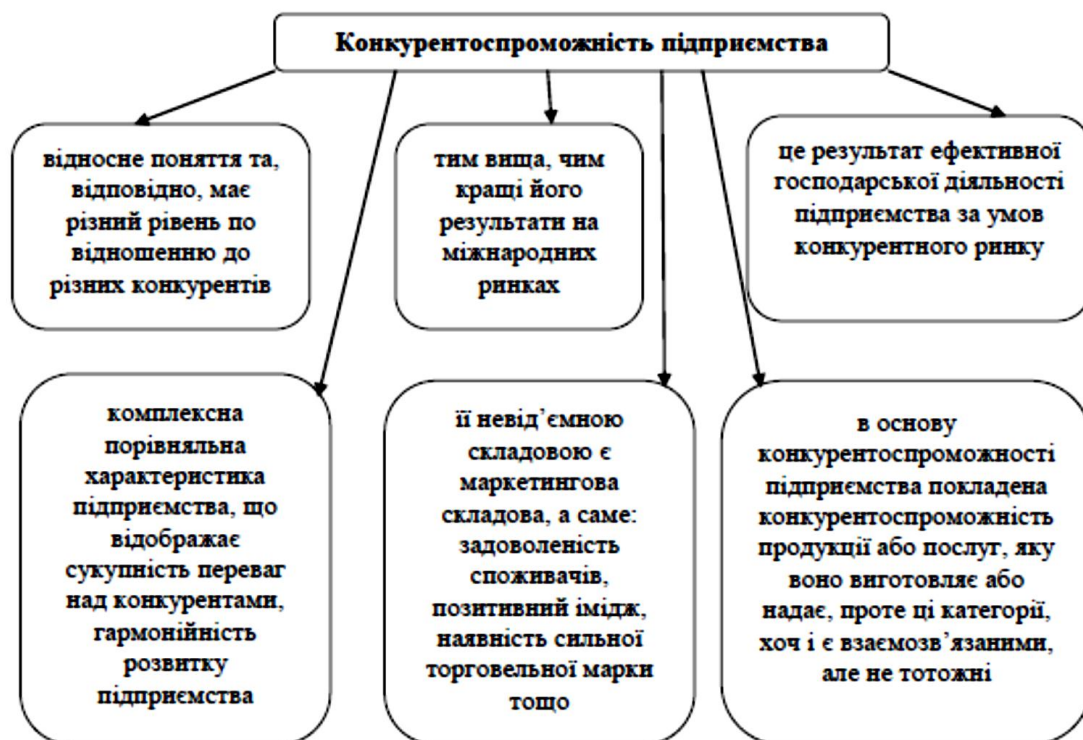


Рис 2. Основні положення щодо конкурентоспроможності підприємства

Розроблено авторами на основі [1-4]

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства має забезпечуватися високим рівнем виробничої діяльності (за рахунок кваліфікованого персоналу, сучасного устаткування і т.д.), а також внаслідок ефективного маркетингового управління, що спрямовано на завоювання та утримання власної ринкової ніші.

Це дозволяє поєднати як важливість врахування процесів й факторів внутрішнього середовища, так і важливість адаптації до зміни зовнішніх умов, приведення свого внутрішнього середовища у відповідність до них.

Список використаних джерел:

1. Porter M. E. Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990. 426 p.
2. Ярошенко С.П. Принципи конкурентоздатності сфери матеріального виробництва. *Регіональні перспективи*. 1998. № 1(2). С. 37-39.
3. Основи аграрного підприємництва: наукове видання / П. Т. Саблук та ін. ; за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. 582 с.
4. Шинкаренко В. Г., Бондаренко А. С. Управление конкурентоспособностью предприятия. Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. 186 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ II МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«РОЗВИТОК НАУК В
УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

20 жовтня 2023 року ♦ Луцьк, Україна

Українською та англійською мовами

*Всі матеріали пройшли оглядове рецензування
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За точність викладеного матеріалу відповідальність несуть автори*

Підписано до друку 20.10.2023. Формат 70×100/16.
Папір офсетний. Гарнітура Cambria. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 11,70. Замовлення № 23/002. Тираж: 50 примірників.
Віддруковано з готового оригінал-макету.

Контактна інформація організаційного комітету:

ГО «Міжнародний центр наукових досліджень»
21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих, 40, офіс 103
Телефони: +38 098 1948380; +38 098 1526044
E-mail: info@mcnd.org.ua

Видавець: ТОВ «УКРЛОГОС Груп».
21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих, 18, офіс 81. E-mail: info@ukrlogos.in.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 7860 від 22.06.2023.