

Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Тернопільська міська рада

Корпорація «Науковий парк «Інноваційно-
інвестиційний кластер Тернопілля»

«Страхова компанія «ТАС»

Вроцлавський економічний університет
Університет «Опольська Політехніка»
Університет прикладних наук в Нисі

Індо-Європейська освітня фундація
(Республіка Польща)

Університет Дунареа де Йос м. Галац
(Румунія)

Ternopil Ivan Puluj National Technical
University

Ternopil City Council

Corporation «Science Park “Innovation-
Investment Cluster of the Ternopil Region”»

Insurance company «TAS»

Wroclaw University of Economics
Opole University of Technology
University of Applied Sciences in Nysa

Indo-European Education Foundation
(the Republic of Poland)

University Dunarea de Jos of Galati
(Romania)

МАТЕРІАЛИ

*VIII Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»*

*Proceedings of the 8th International Scientific-Practical Conference
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”*

УДК 330:336:338
ББК 65

Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 01-02 червня 2022 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2022. 215 с.

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова – Марущак П.О., проректор з наукової роботи ТНТУ, д.т.н., професор

Співголова – Ціх Г.В., декан факультету економіки та менеджменту ТНТУ, к.е.н., доцент

Співголова – Панухник О.В., завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

Члени:

Дейнека Ю.П. – начальник управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради (м. Тернопіль, Україна)

Демкура Т.В. – віце-президент з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine (м. Тернопіль, Україна)

Колос О.С. – директор ТОВ «Торговий дім «Інтеграл» (м. Тернопіль, Україна)

Тимошик М.М. – директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС» (м. Тернопіль, Україна)

Химич Г.П. – директор Корпорації «Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»» (м. Тернопіль, Україна)

Яцишин Н.З. – директор Тернопільського представництва Страхова компанія «ТАС-life» (м. Тернопіль, Україна)

Зелінська Анетта – професор, кафедра логістики, факультет управління, Вроцлавський економічний університет, Dr.Hab (м. Вроцлав, Республіка Польща)

Клеменс Бригіда – доцент кафедри регіональної політики та ринку праці, голова педагогічної ради з економіки Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополе, Республіка Польща)

Опалка Анна – керівник відділу з міжнародних зв'язків Університету прикладних наук в Нисі, PhD (м. Ниса, Республіка Польща)

Влімовська Зоф'я – директор інституту фінансів Університету прикладних наук в Нисі, Dr.Hab. (м. Ниса, Республіка Польща)

Рокіта-Поскарт Діана – доцент кафедри регіональної політики та ринку праці Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополе, Республіка Польща)

Кумар Прадіп – голова Індо-Європейської освітньої фундації, PhD (м. Варшава, Республіка Польща)

Зека Єкатеріна Даніела – виконавчий директор Документаційного центру управління маркетингу в промисловості та сільському господарстві, Університет Дунареа де Йос м. Галац, PhD (м. Галац, Румунія)

Флоріна Оана Вірланута – професор, факультет економіки і бізнес-адміністрування, Університет Дунареа де Йос, PhD (м. Галац, Румунія)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова – Панухник О.В., завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

Члени:

науково-педагогічні працівники кафедри економіки та фінансів ТНТУ:

Артеменко Л.Б., Винник Т.М., Крамар І.Ю., Крупка А.Я., Мариненко Н.Ю., Нагорняк І.С., Левицький В.О., Подвірна Т.В., Радинський С.В., Тимошик Н.С.

науково-педагогічні працівники кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг ТНТУ:
Химич І.Г.

Науковий секретар

Маркович І.Б. – доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, к.е.н., доцент

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, протокол № 12 від 09 червня 2022 р.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

ISBN 978-617-7875-39-9

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

Розвиток соціально-економічних систем мікро-, мезо- і макrorівня: конфлікт традиційних моделей та економічних реалій 21 століття

Бондар Валерія ВПЛИВ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ ЗЕД, ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	8
Борщевський Віктор, Чех Мирослава РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ЗМІЦНЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ.....	11
Гайова Анна, Гаркуша Дана НЕОБХІДНІСТЬ ВИОКРЕМЛЕННЯ ПОДАТКОВОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ЯК ОКРЕМОГО ВИДУ.....	13
Слецьких Світлана, Брижниченко Володимир СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВЕЛИКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	16
Слецьких Світлана, Петрищева Катерина ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ...	22
Крупка Андрій ПОСТВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	27
Мельник Лілія, Паляниця Віктор ДО ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД.....	30
Панухник Олена ВІЙНА ТА УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС.....	32
Подвірна Тетяна ІНФЛЯЦІЯ СПОЖИВЧИХ ЦІН В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ.....	34
Попадинець Назарій РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ: ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ВІЙНИ.....	37
Химич Ірина, Химич Олена КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА – ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ.....	40

СЕКЦІЯ 2

Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства

Гула Інна ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА.....	43
Домбровська Олена ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ.....	46

Василиця Оксана, Засадко Валентина УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАМИ І ГРОМАДАМИ В НОВИХ РЕАЛІЯХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: СТРАТЕГУВАННЯ, ПЛАНУВАННЯ, ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ....	49
Маркович Ірина ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ СИСТЕМ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДАНИХ.....	52
Ціх Галина, Винник Тетяна ПІДПРИЄМНИЦЬКА КОМУНІКАТИВНА ЕТИКА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	53
<u>СЕКЦІЯ 3</u> <u>Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави</u>	
Артеменко Людмила ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	56
Вдовичак Тетяна СУТНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЙОГО РОЛЬ У ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	60
Калінеску Тетяна, Підмогильний Сергій РОЗРОБКА ТРАНСФОРМАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	63
Левицький Віталій ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ....	66
Мариненко Наталія, Шевчук Роман КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	69
Олексевиц Мар'яна МАЛЕ ТА СЕРЕДНЄ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК РУШІЙ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	72
Орел Володимир РОЛЬ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ У РОЗВИТКУ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ...	75
Павлишин Євгеній СУТНІСТЬ БЕЗБИТКОВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	79
Парфенюк Христина ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....	81
Поцілуйко Анастасія МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ДОДАТКОВІ ВИТРАТИ ЧИ ЗАПОРУКА УСПІХУ?.....	83
Провальна Юлія РЕЛОКАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ: ПЕРЕМІЩЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО РОСІЙСЬКОГО ВТОРГНЕННЯ.....	84
Семчишин Євгенія, Бутковська Вікторія МОТИВАЦІЙНИЙ ЧИННИК ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА.....	87
Семчишин Євгенія, Шведюк Ірина ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	89

Сульженко Роман РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ.....	92
<u>СЕКЦІЯ 4</u> <u>Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози</u>	
Акопян Дарина ЦИФРОВИЙ БАНК ЯК НОВА МОДЕЛЬ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ.....	94
Бондар Катерина, Чистик Олександр ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПОТРЕБ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ У 2022 РОЦІ.....	97
Галиняк Леся, Павликівська Ольга ДІЯЛЬНІСТЬ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ КОРОНАВІРУСНОЇ ПАНДЕМІЇ ТА РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	100
Гой Віта УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ДЕРЖАВИ В СИСТЕМІ ОРГАНІВ КАЗНАЧЕЙСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	106
Ліхоносова Ганна НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ НАПРУЖЕНОСТІ: ОСУЧАСНЕННЯ ЗАГРОЗ.....	108
Маряш Микола ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	111
Одайський Олександр СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА РИЗИКИ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ.....	113
Семенов Андрій АНАЛІЗ СУТНОСТІ ФІНТЕХУ ЗА ДОПОМОГОЮ МОДИФІКОВАНОГО МЕТОДУ ЗАПИТАНЬ.....	115
Танчик Мар'яна МОДЕЛІ ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА: ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	118
Химич Ірина, Любінська Ольга ЮВЕЛІРНИЙ РИНОК: ІСТОРІЯ УСПІХУ БРЕНДУ PANDORA.....	120
Штефан Людмила ВНУТРІШНІ ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ.....	125
<u>СЕКЦІЯ 5</u> <u>Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності</u>	
Гарматій Сергій АКТУАЛЬНІСТЬ ЗБЕРІГАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ «ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ» У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....	129
Гладій Вероніка MONOBANK – ПРОРИВ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ.....	131
Гнатюк Лідія ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....	133
Долик Ірина ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ.....	136

можливостей покупок он-лайн; підвищення ефективності державного управління; збільшення фінансування наукових досліджень з орієнтацією на інновації спрямовані на відбудову держави.

Тільки шляхом використання задекларованих заходів з боку держави можна досягти часткової стабільності в продовольчому забезпеченні населення країни в сучасних умовах.

Перелік використаних джерел

1. Попадинець Н. М. Регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів України: теорія та методологія: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». 2020. 335 с.

УДК 336; 338; 351

Химич Ірина

кандидат економічних наук

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

Химич Олена

студентка групи БАД-1

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

Iryna Khymych

PhD (Economics)

Associate Professor of Innovation Activity and Services Management
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Khymych

Student of the group BAD-1

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА – ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

THE COMMUNICATIVE CULTURE IS THE BASIS OF SUCCESSFUL MODERN BUSINESS

*«Культура – віддзеркалення того, хто ви є і що ви робите, вона
не створюється завдяки ретельно сформульованим місіям або зборам комітетів»
(Марк Рендольф)*

Ефективне функціонування бізнесу, та і взагалі його постійний розвиток потребує безперервної адаптації не тільки до власного внутрішнього середовища, але і до зовнішнього також. Адже, враховуючи повсякчасний розвиток зовнішніх ринків виникає потреба «пристосування» будь-якого виду бізнесу до різного роду непередбачуваних кризових моментів.

Варто розуміти, що сама по собі стабільна діяльність бізнесу в глобальному світовому середовищі є чимось на зразок утопічності, адже, бізнес як і світ виступає певною динамічною системою, яка перебуває в постійному русі та трансформації. Крім цього, варто

враховувати сучасні технології, які зазнають значного розвитку, що спонукає розвиватися і бізнес, зокрема.

Проте, якщо мова йде за рівень розвитку національного бізнесу, потрібно брати до уваги стан його загального функціонування із врахуванням особливостей його розвитку. Найперше, аналізуючи власне національний бізнес, варто дослідити стан його комунікативної культури, яка і відобразить багатоаспектність його якісного функціонування як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Від загального стану комунікативної культури значно залежить і загальний стан бізнесу тому, що дана його складова виступає певним взаємозв'язуючим елементом як в середині бізнесу, так і в зовнішньому його середовищі. Варто нагадати, що сам бізнес має та поєднує між собою багато різноманітних форм комунікацій між різноманітними його учасниками. А тому, розвиток та подальше ефективне функціонування бізнесу значно залежатиме від якості їхнього поєднання та взаємодії в цілому.

Комунікативні процеси в бізнесу повинні відбуватися злагоджено, поєднано та поетапно, інакше, без дотримання певних правил та принципів, може відбутися суттєвий збій в такій діяльності.

Також, потрібно пам'ятати, що комунікативна культура є важливою частиною загальної корпоративної культури бізнесу, адже, без чітких та правильно сформованих, а також без логічно об'єднаних комунікацій, бізнес не спроможний ефективно ні розвиватися, ні функціонувати.

Комунікативна культура бізнесу в сучасному світі виступає певним взаємозв'язуючим елементом комунікативного процесу в цілому, на основі дотримання певних норм, правил, розпорядку, процедур тощо, а також представляє певну методику функціонування власне бізнесу в глобальному світі із врахування визначеної поведінки всіх його учасників, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Особливості комунікативної культури бізнесу відображено на рис. 1.



Рисунок 1 – Особливості комунікативної культури бізнесу

Примітка: сформовано авторами самостійно

Отже, зрозуміло, що від правильності та чіткості формування комунікативної культури бізнесу значно залежатиме його подальший успішний розвиток та функціонування на всіх рівнях. Проте, варто розуміти, що таке формування є, по перше, необхідним елементом щодо забезпеченості ефективності функціонування бізнесу в цілому, по друге, даний момент виступає багатоетапним та складним механізмом, адже, потребує багато часу та зусиль для його створення та реалізації, при цьому також потрібно враховувати такі моменти як адаптацію до нових змін, а також постійний плин розвитку в усіх сферах як бізнесу, так і життя в загальному. Тільки із врахуванням всіх елементів, що формують та підтримують стан та розвиток комунікативної культури, бізнес отримає той правильний напрямок свого розвитку, який і потрібен у даний час трансформаційних процесів в світі тощо. Саме комунікативна культура виступає тим необхідним елементом забезпеченості правильності розвитку бізнесу, адже, враховує всі важливі моменти щодо його функціонування як на національному, так і на міжнародному рівнях, із забезпеченням правильного здійснення комунікаційних бізнес-процесів усіх його учасників на основі застосування певних законів, норм та правил тощо.