



МАТЕРІАЛИ

*X Всеукраїнської науково-практичної конференції
пам'яті почесного професора
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя,
академіка НАН України
Миколи Григоровича Чумаченка*

«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

18 листопада 2022

Тернопіль

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Хмельницький національний університет
Державний університет «Житомирська політехніка»
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
Відокремлений структурний підрозділ «Тернопільський фаховий коледж
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
Академія соціального управління



МАТЕРІАЛИ

X Всеукраїнської науково-практичної конференції
пам'яті почесного професора Тернопільського національного
технічного університету імені Івана Пулюя,
академіка НАН України
Миколи Григоровича Чумаченка:

«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

18 листопада 2022 року

Тернопіль

Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу: матеріали Х-ої Всеук. наук.-практ. конф., пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка., (Тернопіль, 18 листопада 2022 р.) – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., – 100 с.

У збірнику представлено тези доповідей Х-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка «Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу».

ISBN 978-617-7875-48-1

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Марущак Павло Орестович – співголова, д.т.н., професор, проректор з наукової роботи Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (м. Тернопіль);

Шерстюк Рома Петрович – співголова, д.е.н., доцент, завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (м. Тернопіль);

Андрушків Богдан Миколайович – співголова, д.е.н., професор, професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, президент Академії соціального управління (м. Тернопіль);

Ціх Галина Володимирівна – к.е.н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (м. Тернопіль);

Тарасюк Галина Миколаївна – д.е.н., професор, декан факультет бізнесу та сфери обслуговування, Державного університету «Житомирська політехніка» (м. Житомир);

Стадник Валентина Василівна – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та адміністрування (м. Хмельницький);

Паска Марія Зіновіївна - д.вет.н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (м. Львів);

Калушка Володимир Павлович – к.т.н, доцент, директор Відокремленого структурного підрозділу “Тернопільський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя” (м. Тернопіль);

Крукевич Людмила Ярославівна – к.пед.н, директор Тернопільського фахового коледжу харчових технологій і торгівлі (м. Тернопіль).

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Владимир Ольга Михайлівна – к.е.н, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Дудкін Павло Дмитрович – к.е.н, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Малюта Людмила Ярославівна – д.е.н, професор, заступник завідувача кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Мельник Лілія Миколаївна – д.е.н, доцент, професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Островська Галина Йосипівна – к.е.н, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Паляниця Віктор Анатолійович – к.е.н, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг;

Стойко Ігор Іванович – к.т.н, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг.

Комп'ютерний набір, верстка та редагування: Федішин І.Б.

Адреса науково-практичного семінару:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

Конференція проведена онлайн

e-mail: nauka.mp.tntu@gmail.com

Схвалено до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту.

Протокол №5 від 30.11.2022.

ЗМІСТ

Микола Григорович Чумаченко – біографія	7
СЛОВО РЕКТОРА Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, кандидата технічних наук, доцента Митника М.М.....	8
СЛОВО ПРОРЕКТОРА з наукової діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, доктора технічних наук, професора Марущака П.О.....	10
СЛОВО ПРОРЕКТОРА з економіки та розвитку Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, завідувача кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, голови організаційного комітету, доктора економічних наук, доцента Шерстюка Р.П.	11
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО до учасників науково-практичної конференції декана факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, кандидата економічних наук, доцента Ціх Г.В.....	12
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО до учасників науково-практичної конференції голови вченої ради факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя професора кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Андрушківа Б.М.	13
Андрушків Б.М., Безкорвайний З.Г., Погайдак О.Б., Ціх Г.В. ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНО–РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НЕОБХІДНО ДОЛУЧИТИ ВСІ НАЯВНІ РЕСУРСИ ДЕРЖАВИ....	14
Бойко О.Б., Стойко І.І. КОНЦЕПЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЯК ОСНОВА ДОСЯГНЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ.....	17
Бойко А.Ю., Євгенєва О.С., Шерстюк Р.П. ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	19
Бойко О.Б. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ БАНКАМИ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	21
Будна Ю.А., Малюта Л.Я. ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	23
Бурліцька О. П. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ОНЛАЙН- ПОКУПКАХ	25
Владимир О. М., Капаць К. М. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ЧАС ВІЙНИ.....	27

Гагальок О.І. ГЕРМІНАТИВНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ.....	29
Гаджук М.О., Стадник В.В. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РУЙНУВАННЯ СПОЖИВЧИХ РИНКІВ.....	31
Гейдарова О.В., Гейдаров Н.І. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	33
Графська О.І., Сиванич А.В. ШЛЯХИ ДО ВІДНОВЛЕННЯ ТА ОНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ...	35
Дерманська Л.В. СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ..	37
Дросик М.М., Мосій О.Б., Машлій Г.Б. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОДНА З УМОВ ЇЇ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ.....	39
Дудаш О. І. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ВИКОРИСТАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СФЕРІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	40
Дудкін П.Д., Дудкіна О.П. ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ: ДЕЯКІ АСПЕКТИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	42
Зяйлик М.Ф., Горин Р.І. ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	44
Кісільова І.О., Луциків І.В. РОЛЬ І ЕФЕКТИВНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РИНКОВИХ УМОВАХ.....	45
Кобрин А.Г., Гузар У.Є. СУЧАСНІ НАПРЯМИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗАКЛАДАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	47
Коваленко А.С., Малюта Л.Я., Сорокопуд Г.І. ЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	49
Козачина В.В., Цвілий С.М. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ.....	50
Костецький В.З., Дудкін П.Д. УПРАВЛІННЯ БРОКЕРСЬКИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ В ЛОГІСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....	52
Краузе О.І., Сташок І.І. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	54

Кузьмак О.І. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	56
Кулик О. М. ІННОВАЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	58
Курченко В.Є., Череп О.Г. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ.....	60
Куценко О.А. НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА...	62
Малюта Л.Я., Яковчук Б.О. ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ.....	63
Мартинчук М. І. ВІЙНА ЗМІНЮЄ МАРШРУТИ: ТУРИЗМ НА ТЕРНОПІЛЬЩИНІ.....	65
Мацикур Г.В. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ.....	67
Машлій Г.Б., Чепіль Г.В., Бачинський М.В. РОЛЬ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	69
Мигаль В.І. ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕГАНСЬКОЇ ТА ВЕГЕТАРИАНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В МЕНЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	70
Нагорняк Г.С. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ У СИСТЕМІ СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ У СКЛАДНИХ ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	72
Нагорняк Г.С., Вовк І.П. ВИЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ОСНОВНИМИ ЛАНКАМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	74
Островська Г.Й., Гладчук О.П. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	76
Паляниця В.А., Пазюк Н.О. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ЯК ЧИННИК ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	78

УДК 658.5

Шведа Н.М., Шведа Т.Р.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ СТРАТЕГІЮ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Shveda N., Shveda T.

STRATEGY DETERMINING FACTORS IN THE MODERN ORGANIZATION

Важливим аспектом діяльності сучасної організації є розроблення і впровадження стратегії. Про це свідчать як доробки науковців-теоретиків, так і успішний досвід всесвітньовідомих компаній. Стратегія – це комбінування методів конкуренції і організації бізнесу, котрі направлені на задоволення споживачів (клієнтів) і досягнення поставлених цілей. Стратегія організації включає відповідь менеджерів на ряд важливих запитань. До цих запитань відносять питання про необхідність диверсифікації, про вибір основного джерела конкурентної переваги на ринку, про величину і ширину асортименту товарів, про вибір величини і особливостей ринку для ведення бізнесу (масовий чи нішевий ринок), як варто реагувати на зміни смаків чи потреб споживачів, як реагувати на появу нових ринків чи нових конкурентів, які напрями для розвитку обрати тощо.

Процес розроблення і вибору стратегії організації досить складний. При цьому для кожної організації оптимальний варіант стратегії буде різнитись, навіть не зважаючи на той факт, що організації можуть бути подібні за розмірами і діяти на тому самому ринку. Це пояснюється тим, що на процес розроблення і вибору стратегії впливають різні фактори. Якщо оцінювати ці фактори, то, по-перше, їх кількість є дуже великою, а по-друге, сила і напрям впливу (позитивний чи негативний, прямий чи опосередкований вплив) для різних організацій в різних галузях будуть різнитись.

Для опису фактори впливу на процес розроблення і визначення стратегії, на нашу думку, доцільно згрупувати в чотири великі групи. Зокрема до них відносять:

- 1) інші стратегії, які реалізовує організація;
- 2) середовище, в якому діє або планує діяти організація;
- 3) внутрішнє середовище організації, зокрема конкурентні переваги і компетенції;
- 4) особистість менеджера, що розробляє чи обирає стратегію.

Інші стратегії, які реалізовує організація, зокрема стратегії вищого рівня (наприклад, ділова стратегія для стратегічної бізнес-одиниці чи корпоративна стратегія для диверсифікованої стратегії) впливають на процес розробки і вибору стратегії для окремої організації в зв'язку з тим, що для успішного процесу управління всі стратегії в організації мають хоча б не суперечити одна одній, в кращому випадку формувати синергійний ефект для організації. Тут потрібно пам'ятати, що всі стратегії, що будуть реалізовуватись в організації, мають бути направлені на досягнення її місії і стратегічних цілей.

Середовище, в якому діє або планує діяти організація, впливає на процес розроблення і вибору стратегії в зв'язку з тим, що фактори середовища впливають на організацію і організація, в свою чергу, впливає на них. Сила впливу для різних галузей і різних розмірів організацій може бути різною, проте говорити, що організація функціонує відокремлено від усіх не можна.

Загалом середовище функціонування організації можна поділити на дві великі частини: макросередовище і мезосередовище. Макросередовище організації (його ще називають віддалене середовище) на конкретну організацію впливає опосередковано через інші організації, які функціонують поряд із конкретною організацією. Макросередовище впливає на організацію, проте окрема організація практично на нього не має впливу. До основних факторів макросередовища, які впливають на процес розробки і вибору стратегії, відносять економічні, соціальні, політичні і юридичні чинники (діяльність організації суттєво обмежується законами, державою, етикою, суспільними нормами і думкою; на організацію

впливають різні зацікавлені групи, медіа, страх небажаних політичних і економічних наслідків чи негативної суспільної думки). Дуже важливим при розробці і виборі стратегії є врахування можливостей і загроз, які надаватимуть фактори макросередовища.

Мезосередовище організації – це фактори впливу на рівні галузі. Ці фактори впливають на організацію безпосередньо, а організація має сильний вплив на них. На вибір стратегії великий вплив мають умови конкуренції в галузі і її загальна привабливість. Стратегія має відповідати конкурентним властивостям товару (його ціні, якості, виробничим характеристикам, обслуговуванню, гарантіям тощо). Окрім того, на майбутню стратегію впливають споживачі (їх тип, потреби і смаки) та постачальники (зокрема особливості ланцюгів постачання). Тут також потрібно врахувати можливості і загрози, які надаватимуть фактори мезосередовища.

При розробці стратегії важливо враховувати внутрішнє середовище організації, зокрема її сильні та слабкі сторони, наявність усіх необхідних ресурсів, компетенцій (зокрема ключових), конкурентних переваг, цінностей і принципів бізнесу тощо. Наявність ресурсів, компетенцій, конкурентних переваг в організації може стати основою її стратегії і вести до зміцнення позицій та досягнення стратегічних цілей. Як свідчить світова практика, хороша стратегія максимально використовує переваги організації і нейтралізує її недоліки.

Ще одним аспектом внутрішнього середовища, який суттєво впливає на процес розроблення і вибору стратегії, є внутрішня культура організації. Внутрішню культуру організації складають філософія, традиції, практики організації. Насправді, чим сильніша організаційна культура, тим суттєвіше вона впливає на стратегічну діяльність. Це відбувається тому, що культура стає частиною свідомості менеджерів і працівників. Вона визначає пріоритети при виборі методів ведення діяльності і реагування на зовнішні загрози для менеджерів організації.

Окрім того, на процес розроблення і вибору стратегії організації впливають особисті якості менеджера, зокрема його методи діяльності, стиль управління, етичні принципи та особисті амбіції. Це пов'язано з тим, що менеджери не можуть бути байдужими під час процесу вибору стратегії, бо стратегія – це їх дітище і вони завжди мають свою точку зору на методи конкурування і позиціонування, на котрі варто чи не варто опиратись, мають власну думку щодо майбутнього іміджу організації тощо. Фахівці дотримуються точки зору, що стратегія – це результат амбіцій і моральних якостей, відношення до ризику і етичних норм менеджерів.

Таким чином, для успішної діяльності організації в довгостроковій перспективі та досягнення поставлених стратегічних цілей, менеджери організації повинні враховувати різні фактори, котрі не лише є формуючими для стратегії організації, а й дозволяють оцінити як поточну ситуацію ззовні та всередині організації, так і прогнозувати їх зміни на майбутнє, що дозволить приймати ефективні управлінські рішення.