

**Міністерство освіти і науки України**

**Університет митної справи та фінансів**



**«ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ  
В ЕКОНОМІЦІ, БІЗНЕСІ, СУСПІЛЬНИХ  
КОМУНІКАЦІЯХ  
ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ»**

**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**20 квітня 2023 р.**

**Т 1**

**Дніпро**

УДК 005.591.6:33:316.77:327

Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 20 квітня 2023. Т 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2023. 401 с.

Матеріали III 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; 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

**Склад редакційної групи:** Бондаревська К. В., Бочаров Д. О.,  
Гірман А. П., Горященко Ю. Г.,  
Даценко В. В., Дерев'янка Т. П.,  
Дронова Т. С., Марценюк О.О.,  
Приймаченко Д. В., Рождественська І. Є.,  
Стеблюк Н. Ф., Ченцов В. В.

Тези доповідей друкуються методом прямого відтворення тексту, представленою авторами, які несуть відповідальність за його форму і зміст

**ISBN 978-966-328-203-9**

© Колектив авторів, 2023

© Університет митної справи та фінансів, 2023

<b>Чернікова Н. М., Шийко Є. Ю., Вертелецька Н. Р.</b> Система матеріального стимулювання економії витрат на вітчизняних підприємствах .....	262
<b>Чміль Г. Л., Кащена Н. Б., Нестеренко І. В.</b> Оптимізація контролю витрат на збут у підприємствах торгівлі .....	264
<b>Чупілко Т. А., Чупілко О. С.</b> Комп'ютерні технології бізнес-аналітики – сучасний тренд розвитку підприємництва .....	266
<b>Шаранов Р. С., Ватченко Б. С.</b> Особливості антикризової стратегії підприємства .....	268
<b>Шерстюк Р. П., Летун О. О.</b> Модель управління компетентністю підприємств сфери послуг .....	270
<b>Щитов О. М., Мормуль М. Ф., Олійник М. А.</b> Багатокритеріальні оцінки альтернатив у прийнятті управлінських рішень числовими методами .....	273
<b>Яворський К. А.</b> Зміни на ринку імпорتنих генераторів України та їх наслідки в умовах повномасштабної війни .....	275

### СЕКЦІЯ № 3. СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ, ЛОГІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА PR

<b>Maria Kompaniets, Svitlana Yaremenko, Anna Voloboieva.</b> Peculiarities of word-of-mouth marketing .....	278
<b>Arina Mamchur, Svitlana Yaremenko, Iryna Herchenova.</b> Comfy's marketing product policy .....	280
<b>Авраменко О.В., Вишнікіна О.В.</b> Соціальні мережі як вагома складова розвитку ресторанного бізнесу .....	282
<b>Александров О.Є., Дронова Т.С.</b> Маркетингова діагностика постачальників в електронній комерції .....	284
<b>Арганова В.М., Хурдей В.Д.</b> Нативна реклама – перспективний формат цифрового маркетингу .....	286
<b>Бакай Ю.В., Даценко В.В.</b> Маркетинг взаємин: теоретичний аспект .....	288
<b>Батрак Т.С., Семенова Л. Ю.</b> Маркетингові прийоми ведення бізнесу в онлайн форматі .....	290
<b>Бондарєва А.А., Хурдей В.Д.</b> Туризм під час війни: маркетинговий погляд .....	292
<b>Борисяк О.В., Поліщук А.О.</b> Комплексний інтернет-маркетинг як інструмент формування екологічної поведінки споживачів .....	294
<b>Боршош А.В.</b> Можливості та загрози штучного інтелекту для SMM ...	296
<b>Бринзей Н.В.</b> Брендинг та його місце в системі маркетингу .....	298
<b>Волкова А.Р., Хурдей В.Д.</b> Необхідність сегментування ринку та вибору цільового сегмента на прикладі СОСА-COLA .....	300
<b>Воронько-Невіднича Т.В., Лопатинський Р.О.</b> Особливості використання інструментів social media marketing у менеджменті маркетингової діяльності підприємств .....	302
<b>Гаврилюк Р.Р.</b> Формування іміджу університету: теоретичний підхід	304

перевагу в тому, що в умовах кризи дозволяють збільшити продажі, покращити якість товару та вийти на нові ринки. Серед них можуть застосовуватись стратегії: повернення на ринок, розвитку нових ринків збуту, розробки нового товару, диверсифікації або виходу з ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шаранов Р.С. Алгоритм антикризового управління підприємства. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2021. № 6(39). С. 288-296.

2. Мельник Ю.М. Маркетингові стратегії антикризового управління: класифікаційні ознаки та умови їх застосування. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. №4, Т. 2. С. 105-110.

Шерстюк Р. П., д. е. н., доц., завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

Летун О. О., аспірант

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

#### **МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ КОМПЕТЕНТНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

В умовах сьогодення наукова думка виявляє особливий інтерес щодо розвитку людських ресурсів підприємств, зокрема сфери послуг, в контексті збільшення їхнього сукупного конкурентоспроможного потенціалу та підвищення якості роботи персоналу за допомогою освоєння нових знань, техніки й технології, методів управління, з огляду на інтереси майбутнього розвитку. Важливим аргументом у розвитку персоналу підприємства є набуття досвіду, що наряду з професійними навичками, набутими в процесі освіти, формує конкурентні компетентності працівників. Згідно зі звітом Всесвітнього економічного форуму до 2025 р. близько 50 % всіх працівників потребуватимуть набуття нових компетенцій. Внаслідок дії Четвертої промислової революції, прискорення темпів впровадження технологій та впливу COVID-19 дедалі більша чисельність працівників освоюють нові навички [1]. Для такого переходу потрібні суттєві зміни усієї системи роботи з персоналом, оскільки оцінка компетенцій взаємопов'язана практично з усіма функціями управління персоналом, серед яких мотивація та стимулювання праці, розвиток персоналу, управління діловою кар'єрою та кадровим резервом, організаційна культура тощо. Таким чином, компетентнісний підхід стає основою, яка дає змогу розробити систему трудових відносин, що поєднує вимоги бізнесу, роботу з персоналом та завдання сучасної системи освіти.

Якщо йдеться про компетентність підприємства загалом, як сукупність компетенцій персоналу в поєднанні зі здатністю суб'єкта господарювання систематично домагатися специфічних результатів, то компетенції підприємства визначимо як: сукупність знань індивідів, які активно застосовуються; вміння й навички співпраці, що забезпечують

розвиток соціального знання; здатності управлінців деперсоналізувати знання працівників, зберігаючи при цьому повноту, структурованість і семантичну цілісність організаційного знання; професійно важливі якості працівників, необхідні для ефективної роботи персоналу з просування бренду підприємства.

Сучасна теорія та практика управління розглядає компетенцію з різних позицій: як економічну, юридичну, історичну, філософську, соціальну тощо категорію, що обумовлено тим фактом, що компетенція є складним і неоднозначним явищем, що розвивається в контексті соціально-економічного суспільного розвитку. При цьому в дослідженнях компетенцій лідирують поведінковий та функціональні підходи. Саме це зумовило «двоїстість» у розумінні компетенції: компетенція як індивідуальні характеристики, що виявляються в поведінці, та компетенція як вимоги до працівника в контексті завдань (робочого місця).

На думку автора, компетентність підприємства – це вимірні якісні характеристики, які відображають здатності й можливості, необхідні для розвитку підприємства, що дають змогу розмежувати ефективно та неефективно виконання основної діяльності. Таким чином, використовуючи в якості оцінних шкал компетенції підприємства можна визначити рівень його компетентності. І тут необхідно відзначити, що для підприємств різних сфер діяльності набір компетенцій буде різним. Інакше кажучи, компетентність підприємства більшою мірою буде залежати від її ключових компетенцій і, меншою – від непрофільних компетенцій.

Необхідно обґрунтовувати вибір ключових компетенцій, що виконують функцію оцінних шкал при визначенні компетентності конкретних суб'єктів господарювання. Зазначимо, що потужним двигуном сучасних підприємств стає *інтелектуальна енергія* співробітників. Підприємства повинні навчитися управляти знаннями як найбільш цінними своїми активами, оскільки саме знання є джерелом зростання продуктивності, інновацій, конкурентної переваги та перманентного розвитку інноваційного підприємства [2]. Однак управляти підприємством таким чином, щоб воно ефективно використовувало знання своїх працівників доволі складно. З одного боку, співробітники підприємства мають різні рівні мотивації, компетентності, здібностей до навчання, а з іншого – підприємства різних сфер діяльності володіють різною структурою компетентності, як інструментом в процесі управління знаннями підприємства.

Персонал підприємства сфери послуг як сукупність індивідів з різним рівнем мотивації, неоднаковими цілями, різним рівнем компетентності являє собою розрізнені елементи, які відокремлено сприймають управлінський вплив. З цієї причини кожен індивід окремо, володіючи певним рівнем компетентності, робить свій вклад у становлення та розвиток компетентності підприємства загалом. Керуючи компетентністю, необхідно переосмислити роль персоналу в діяльності підприємства. З огляду на зовнішні умови, доступну інформацію, вектор розвитку

компетентності підприємства, доцільно сформувати комплекс управлінських впливів, спрямований на підвищення компетентності працівників підприємства.

Спираючись на запропоноване нами визначення компетентності підприємства, під компетентністю персоналу будемо розуміти індивідуальні характеристики, які можна виміряти та щодо яких можна стверджувати, що вони значущі для розмежування ефективного й неефективного виконання роботи. За цих умов під вимірними індивідуальними характеристиками розуміємо знання співробітників, що є найбільш цінними активами підприємства. Водночас, для одних підприємств більш значущими вважаються знання індивіда, для інших підприємств велику цінність складають організаційні знання, для третіх – домінуючим елементом стає орієнтація на потенційних споживачів і вміння працівників піклуватися про захист інтересів клієнтів.

Виявити пріоритетність складових елементів для різних підприємств дає змогу оцінювання якісних характеристик інтелектуальних ресурсів підприємства. Високої якості інтелектуальних ресурсів підприємства можна досягти лише за умов отримання високих показників компетентності працівників, їх здібностей до навчання, згуртованості колективу, схожих рівнів мотивації тощо. У цьому контексті експерти PricewaterhouseCoopers відзначають нестачу фахівців, які компетентні в низці важливих сфер діяльності. В даний час 73 % всіх керівників називають доступність навичок значною проблемою для бізнес-лідерів (84 % у Великій Британії, 90 % у Китаї та 93 % у Південній Африці та Японії) [3].

Визначивши якість інтелектуальних ресурсів підприємства, можливим стає коригування розробленого комплексу управлінських дій, спрямованого на підвищення компетентності підприємства загалом (рис. 1).

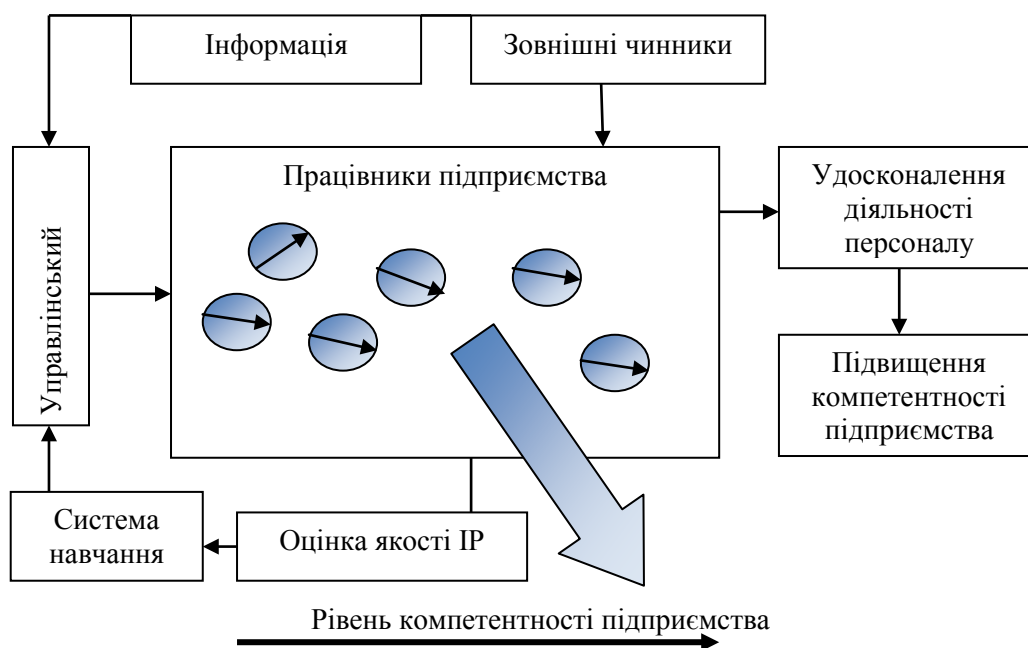


Рис. 1. Модель управління компетентністю підприємства сфери послуг з урахуванням його інтелектуальних ресурсів

Отже, для розробки ефективних заходів управлінського впливу необхідно провести оцінку якісних характеристик інтелектуальних ресурсів підприємства, які виступають в якості оцінних шкал у процесі визначення компетентності підприємства загалом.

#### Список використаних джерел:

1. The Future of Jobs Report 2020. World Economic forum. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf)

2. Ostrovska H. Y., Sherstiuk R. P., Maliuta L. Ya., Lutsyktiv I. V. Development of intellectual potential at systematic paradigm of knowledge management. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2020. № 4. P. 171–178.

3. BCG Review. URL: [http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Review-October-2015\\_tcm27-157061.pdf](http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Review-October-2015_tcm27-157061.pdf)

Щитов О. М., к. ф.-н., доц., викладач Ліцею № 100

Мормуль М. Ф., к. т. н., доц., доцент кафедри

комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення

Університету митної справи та фінансів

Олійник М. А., студент Університету митної справи та фінансів

### БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНІ ОЦІНКИ АЛЬТЕРНАТИВ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЧИСЛОВИМИ МЕТОДАМИ

Діяльність складної соціально-економічної або інформаційно-технічної системи залежить від кількох критеріїв (показників) і прийняття на їх основі ефективних управлінських рішень. Такі задачі багатокритеріальної оптимізації зустрічаються часто в економіці, управлінні, бізнесі, інформаційних технологіях та техніці. І тому важливе значення має розробка моделей, методів, алгоритмів і програм розв'язання векторних задач оптимізації та багатокритеріального вибору альтернатив. Загальний вигляд задачі багатокритеріальної оптимізації:

$$\overline{f}(\overline{X}) = (f_1(\overline{X}), f_2(\overline{X}), \dots, f_n(\overline{X})) \rightarrow \underset{\overline{X} \in D}{opt} \quad \text{при} \quad f_i(\overline{X}) \rightarrow \underset{\overline{X} \in D}{extr}, \quad i = \overline{1, n};$$

$$D = \{\overline{X} : g_j(\overline{X}) \geq 0, \quad (j = \overline{1, m})\},$$

(1)

де  $\overline{X}$  – вектор керованих параметрів системи, які змінюються у певних межах і характеризують різні сторони системи;  $D$  – множина допустимих розв'язків (варіантів) системи, що задає область змінювання параметрів системи, що оптимізуються;  $f_i(\overline{X})$ , ( $i = \overline{1, n}$ ) – показники ефективності (критерії якості) системи,  $n$  – кількість критеріїв,  $extr$  – найкращий (екстремум), тобто максимум або мінімум критерію якості;  $\overline{f}(\overline{X})$  – векторний критерій,  $opt$  – оптимізаційний оператор, який означає

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ  
В ЕКОНОМІЦІ, БІЗНЕСІ, СУСПІЛЬНИХ  
КОМУНІКАЦІЯХ  
ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ»**

**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**20 квітня 2023 р.**

**Том 1**

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції. За точність викладених фактів відповідальність покладається на авторів.

**Підписано до друку 02.05.2023. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.  
Ум. друк. арк. 25,06. Облік.-вид. арк. 22,27. Тираж 100 прим.  
Замовлення № 108.**

**Дніпро: Університет митної справи та фінансів**

**(свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.).  
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4**