

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 13 лютого 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2024**

УДК 005.591.3:[316.42:330.3]:355.018(470+571)(477)(082)
У67

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі **ЗАБОРОНЕНО**.

Програмний комітет:

Голова комітету – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ;
Л. А. Шавга, д-р екон. наук, професор, ректор Кооперативно-торгового університету Молдови;

П. О. Куцик, д-р екон. наук, професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету;

Н. С. Педченко, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;

Л. М. Шимановська-Діанич, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;

V. Riashchenko, Dr.oec, prof., expert of academy science of Latvia, director of the study program Business administration, ISMA University of Applied Sciences (ISMA);

I. Dikhaminjia, Doctor of Economics, Associate Professor of faculty Business and Social Sciences, Sokhumi State University;

Л. П. Горохова, директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти.

Управління розвитком соціально-економічних систем в умовах війни російської федерації проти України : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 13 лютого 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 431 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ., польс. мовами.

ISBN 978-966-184-463-5

У матеріалах конференції розглядаються проблеми управління розвитком соціально-економічних систем в умовах війни російської федерації проти України та практичні рекомендації щодо вирішення основних проблемних питань.

УДК 005.591.3:[316.42:330.3]:355.018(470+571)(477)(082)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

ISBN 978-966-184-463-5

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2024

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Полтавський університет економіки і торгівлі (Україна)
Львівський торговельно-економічний університет (Україна)
Повісланський університет (Республіка Польща)
Сухумський державний університет (Грузія)
Латвійський університет прикладних наук
(Республіка Латвія)
Кооперативно-торговий університет Молдови
(Республіка Молдова)
Українська асоціація з розвитку
менеджменту та бізнес-освіти (Україна)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Балан В. Г.

Нечітка модель оцінювання готовності
підприємства до стратегічних змін15

Бабочкіна А. В., Гордієнко Л. А.

Стратегічні цілі держави щодо розвитку
фінансового ринку у повоєнний період18

Безрук Д. І.

Вплив війни на бізнес-процеси ТОВ «Епіцентр К»:
напрями їх удосконалення та діджиталізації20

Bin W., Brychko A.

Research on the development strategy of an
enterprise: a study in the banking industry24

Bondar A., Brychko A.

Factors and trends in the development
of agricultural enterprises27

Бондар-Підгурська О. В.

Управління інноваційними факторами сталого соціально
орієнтованого розвитку економіки України в повоєнний
період: концептуальні та методологічні засади30

Булава В. А., Сукач О. М.

Соціальний захист населення України: реалії та прогнози35

Бурик К. С., Бричко А. М.

Функціонування аграрних підприємств
в умовах воєнного стану37

Власенко В. А., Храбан В. М.

Характерні особливості реалізації ефективної
системи економічних методів управління
підприємством у трансформаційних умовах40

Haо G., Brychko A.

Improving the level of enterprise strategic management43

Гаркуша Ю. О. Монетарна політика національного банку України під час дії військового стану	46
Гризо Д. А., Шуванова О. В. Стратегія просування безрецептурного лікарського засобу ціліста-дуо.....	48
Guannan H., Brychko A. Anti-crisis management of international oil company	51
Дорошенко В. В., Лучко А. В., Цимбалюк А. С. Інноваційні технології менеджменту організацій освітньої і медичної сфер в умовах воєнного стану	55
Єжелій Ю. О. Сучасні тенденції у галузі ділової етики та комплаєнсу	58
Жукова Л. М. Дисбаланси в управлінні державним сектором економіки під час кризових ситуацій.....	61
Іванова М., Лозова Т. П. Сучасний інструментарій управління закладом охорони здоров'я	66
Jinyu L., Brychko A. Crisis management in health care facilities: innovative responses and sustainability	68
Карімов Г. І., Лисенко А. В., Попова М. О. Напрямки розвитку підприємства водопровідно-каналізаційного господарства	71
Кона С. О. Управління розвитком соціально-економічних систем в умовах війни російської федерації проти України.....	74
Косогов Т. Л. Організаційні стратегії у періоди високої невизначеності	77
Костирська О. В., Сукач О. М. Грошові потоки у системі управління підприємством	80
Кравцов В. Ю., Перерва П. Г. Технологія управління економічною безпекою підприємства.....	82

Крамаренко К. М., Іващенко Д. І. Теоретичні аспекти концепції інклюзивного розвитку економіки	86
Кутас О. О. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств харчової промисловості.....	88
Лук'янова М. М., Ковальова В. І. Управління стійким розвитком підприємства на основі стратегічного аналізу зовнішнього середовища	92
Mingren T., Brychko A. Research on the application of «Amoeba+OKR» business management model.....	96
Морозова О. О., Зомчак Л. М. Автокореляція між загальнодержавним боргом та золотовалютним фондом України та способи її усунення	99
Нескородь В. М. Вплив ризик-менеджменту на комплаєнс-стратегію бізнесу.....	102
Острияніна С. В., Ткаченко В. С., Вірченко В. А. Теоретичні аспекти формування екологічної безпеки для підприємств України	106
Павлій О. В. Управління стратегічними змінами на підприємствах в умовах війни: виклики, ризики, можливості	109
Плеша В. І. Фінансовий контролінг як компонент управління підприємством	113
Погорєлова Т. О. Проблеми, пов'язані із розширенням міжнародної торгівлі	116
Райденко І. В., Бричко А. М. Ефективність управління закладами охорони здоров'я: основні підходи	120
Riiascschenko V., Mironova Jū., Celika M. Striking Equilibrium: Orchestrating Innovation Dynamics for Societal and Economic Synergy	123

Сарай Н. І., Сарай Р. Я. Вплив глобалізації на розвиток соціально-економічних систем.....	128
Середа О. О. Інвестиційне забезпечення розвитку підприємств в сучасних умовах.....	131
Shendi X., Brychko A. Improvement of risk management in enterprises.....	134
Скляренко М. Г., Перерва П. Г. Дослідження складових концепції сталого розвитку	137
Смійчик О. С., Білінська О. П. Соціально-психологічні методи та механізми їх застосування на підприємстві.....	141
Содома Р. І., Ільчишин І. Сучасний стан розвитку регіонів у контексті ризик-орієнтованого управління	143
Стиславська М. В., Ковальова В. І. Удосконалення корпоративної культури з метою підвищення ефективності діяльності підприємства	146
Тимошенко І. С. Проактивність як стратегія адаптації підприємств у поствоєнних умовах.....	150
Ткаченко В. В., Цимбалюк Н. М. Шляхи удосконалення управління збутом оптових підприємств	153
Тодоров І. Я. Безпековий вимір управління розвитком соціально- економічних систем в умовах російської агресії	155
Тягунова Н. М., Головка А. Р. Теоретичні засади стратегічного контролю в діяльності підприємства.....	158
Філіна С. В., Відюк М. К., Мукомел А. В. Сутність, значення та принципи формування конкурентної політики підприємства.....	161

<i>Fits O. O., Fomishyna V. M.</i>	
Dynamics of nominal and real income in Ukraine	164
<i>Чернишенко О. І., Кобєлева Т. О.</i>	
Проблеми формування собівартості промислової продукції.....	170
<i>Шандрук О. В., Гордієнко Л. А.</i>	
Експертно-кредитні агентства в системі економічного розвитку країни.....	174
<i>Шеніль О. М., Бричко А. М.</i>	
Організація надання реабілітаційної допомоги у світі та в Україні як шлях удосконалення стратегії розвитку закладу охорони здоров'я	177
<i>Шимановська-Діанич Л., Шимановська В., Верезомський Д.</i>	
Розвиток креативних індустрій України в умовах війни.....	180
<i>Яценко О., Гриценко В.</i>	
Циркулярна економіка як сучасний тренд розвитку: переваги та недоліки	183
<i>Yangyang T., Brychko A.</i>	
The management principles and development direction of modern enterprises	186

СЕКЦІЯ 2. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Барибіна Я. О.</i>	
Формування культурних компетенцій менеджера в умовах війни	190
<i>Бардаков В. Г.</i>	
Стан ринку праці України в умовах війни	193
<i>Євтушенко О. А., Шафран Е. І.</i>	
Вплив дизайну організацій на рівень невпевненості працівників під час змін	196
<i>Кіяк І. Я., Зомчак Л. М.</i>	
Дослідження витрат та доходів населення України.....	197

Кириченко В. В., Бричко А. М.	
Теоретичні основи системи управління кадрами	201
Михайловин М. Г.	
Від збереження до розвитку соціального капіталу підприємства: сучасний вимір	203
Небава О. М., Небава М. І.	
Управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті забезпечення його стійкої конкурентної переваги	206
Родіна О. В., Куровська А.	
Складові розвитку трудового потенціалу підприємства	209
Синеколодезький Р. М., Ковальова В. І.	
Удосконалення системи кадрової політики з метою підвищення ефективності діяльності підприємства	211
Сосян М. М.	
Напрями відновлення кадрового потенціалу українських підприємств під час війни	215
Степанова А. А.	
Інвестиції в людський капітал – базис розвитку економіки	217
Тюхтенко Н. А.	
Людський капітал України: стан, тенденції перспективи в умовах сучасних викликів	220
Тягунова Н. М., Антонєць І. С.	
Управління трудовою дисципліною персоналу: теоретичні аспекти	223
Федоскін В. В., Яковець А. В.	
Гнучкість і адаптивність як запорука забезпечення управління розвитком підприємства в кризових умовах	227
Федоскін В. В.	
Особливі заходи щодо управління персоналом в умовах кризи	229
Харчук Т. В.	
Ключові проблеми менеджменту фізкультурно-спортивних організацій в умовах воєнного стану	233

Цимбалюк А. С., Козюра І. В. Основні вектори сучасного менеджменту керівника щодо збереження людського ресурсу.....	236
Чорний С. М., Білінська О. П. Професійний розвиток персоналу з позицій мотиваційного менеджменту підприємства.....	239
Янигін О. К., Гуцан О. М. Класифікація методів мотивації.....	242
Яцкевич І. В. Теорія підштовхування та її роль на підприємстві	245

СЕКЦІЯ 3. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Андрійчук О. В., Небава М. І. Вплив Інтернету речей на впровадження зелених інформаційних технологій в управлінні підприємствами	250
Ведєнєєв Д. В., Сегеда С. П., Левченко С. М. Інформаційно-психологічні підрозділи Сил спецоперацій Збройних Сил України: управлінський аспект	253
Головенко Є. Є., Новік М. О., Мілька А. І. Бухгалтерський облік – джерело інформаційного забезпечення управління підприємством.....	259
Голуб Д. М., Зомчак Л. М. Дистрибутивно-лагова модель залежності обсягу валового внутрішнього продукту від середньомісячної заробітної плати в Україні.....	262
Грекова Т. М., Даниленко А. А. Роль інформаційно-комунікаційних технологій у впровадженні концепції «зеленого менеджменту».....	265
Гусаковська Т. О., Войт Б. Р. Ключове повідомлення в стратегічній комунікації: основні вимоги та підходи до формування.....	267
Коваленко М. В. Цифровізація – мейнстрім успішної економіки майбутнього	270

Колотюк О. І., Перерва П. Г.	
Особливості діджиталізації сфери бізнес-процесів	272
Кужель Н. Л., Кужель О. В., Ладатко О. Л.	
Інфлюенсери та лідери думок як інструмент комунікації	276
Кузьмук І. Я.	
Вигоди використання цифрових систем управління в контексті менеджменту грантових проєктів	279
Нестеров Д. О., Перерва П. Г.	
Складові інформаційного потенціалу промислового підприємства	282
Тимченко І. П., Шморгуненко В. В.	
Інформаційне забезпечення управління маркетинговою діяльністю	286
Shukuralieva N.	
Zarządzanie buntem w erze komunikowania sieciowego. Przypadek grupy Wagnera	289

СЕКЦІЯ 4. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ТА ІННОВАЦІЙ: СУЧАСНИЙ ВИМІР

Гусаковська Т. О., Святний Л. О., Серeda О. О.	
Інтелектуальний капітал як економічна категорія	291
Гуторов О. І.	
Ефективність інноваційної діяльності: теоретико-методичний аспект	295
Євсєєв А. С., Перерва П. Г.	
Стадії підготовки ефективної комерціалізації інновацій	298
Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С.	
Управління знаннями в інноваційному процесі у сфері високих технологій	302
Климентова М. В., Кобєлева Т. О.	
Особливості встановлення цін на науково-технічну продукцію	305
Косенко С. А., Ткачова Н. П.	
Концепція адаптивного маркетингу	309

1. Кобелева Т. О., Перерва П. Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98–106.
2. Шаульська Л. В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л. В. Шаульська, П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енерго-аудит*. 2023. № 3 (181). С. 14–23.

ІНФЛЮЕНСЕРИ ТА ЛІДЕРИ ДУМОК ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ

Н. Л. Кужель, старший викладач;

О. В. Кужель, аспірант;

О. Л. Ладатко, магістрант

Полтавський університет економіки і торгівлі

Пандемія Ковід 19 та війна в Україні прискорили зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій. А оскільки частиною комунікаційного процесу є інфлюенсери та лідери думок, стало популярним залучати їх для різних політичних або соціально-економічних цілей.

Інфлюенсер – людина, думка якої важлива та має вплив на певну аудиторію через досвід, авторитет. У більшості випадків взаємодія відбувається через соціальні мережі. Інфлюенсери присутні майже в будь-якій сфері.

Лідери думок (трендсеттер, блогер, опініонлідер) – це люди, які розуміються у певній сфері і публікують в Інтернеті свої погляди, думки, огляди товарів, місць тощо. [1]

Співпраця з експертами, знаменитостями, блогерами дає можливість швидко доносити до великої аудиторії потрібну інформацію, розширювати межі впливу, просувати бренди через PR-кампанію, залучити нових клієнтів, збільшувати продажі.

Типи співпраці з лідерами думок:

Спонсорований контент – лідер думок створює контент про продукт, який просуває бренд. Це можуть бути публікації в його блозі, пости, Reels або Stories у соціальних мережах, прямий ефір тощо.

Гостьовий блог – передбачає написання статей впливовцем для вашого вебсайту чи іншого блогу у вашої галузі.

Спільне створення контенту – це може бути створення спільних електронних книг, проведення вебінарів або запис подкастів.

Співпраця на різноманітних заходах – проведення інфлюенсером якоїсь вашої бізнес-події тощо [5]

Така співпраця може відбуватися за гроші, по бартеру або безплатно.

Головна ознака інфлюенсера – наявність надійних та довірливих стосунків із власною активною аудиторією.

Таблиця 1 – Основні різновиди інфлюенсерів в медіа просторі

Види	Особливості
<i>Залежно від функціональних аспектів</i>	
Networker (мережевий)	Має велику кількість контактів і зв'язків у соцмедіа
Opinion Leader (лідердумок)	Володіє авторитетом, розбирається в своїй ніші, має вплив на учасників групи, наприклад, виключно в beauty-тематичі
Discoverer (першопроходець)	Розбирається в новинках, постійно в тренді, охоче робить огляди на новинки шукають та відкривають нові ніші
Sharer (розповсюджувач)	Той, хто поширює інформацію через різні канали (соцмережі, месенджери і інші медіаканали)
<i>Залежно від статусу в соцмедіа</i>	
User (користувач)	«Обивательська» аудиторія, працює на середньостатистичні компанії
Celebrity (знаменитість)	Представники шоу-бізнесу, відомі актори, спортсмени та інші публічні особи, які працює на великі популярні компанії
<i>Залежно від розміру аудиторії</i>	
Наноінфлюенс	До 10 тис. осіб
Мікроінфлюенс	10–50 тис. осіб
Макроінфлюенс	Від 100 тис. осіб
Меганфлюенс	Від 1 млн осіб
<i>Залежно від типу контенту</i>	
Стримери	Грають в популярні відеоігри онлайн з демонстрацією екрану аудиторії

Види	Особливості
Блогери	Ведуть власний блог на будь-якій платформі, який буває текстовим або в форматі відео, експертним або лайфстайл (блогпро спосіб життя)
Віртуальні персонажі	Може стати і повністю вигаданий персонаж; такі блогистворюються програмістами і дизайнерами
Фотографи та/або відео-оператори	Створюють візуальний контент та залучають аудиторію якісними фотографіями та/або відео

Джерело: [2].

При виборі впливових осіб, слід відповісти на наступні запитання:

1. Чи є вони експертами у галузі в якій працюють?
2. Чи мають вони спільну цільову аудиторію з вашою компанією?
3. Чи використовують вони спільні соціальні платформи з вашою цільовою аудиторією?
4. Чи є у них активна аудиторія, яка взаємодіє з ними?
5. Чи розділяють вони ваші цінності й зацікавлені в успішності даної маркетингової кампанії?
6. Чи відповідають вони іміджу вашої компанії?
7. Чи являються вони наявними або потенційним клієнтами ваших товарів та послуг?
8. Чи регулярно вони публікують дописи?
9. Чи співпрацюють з конкурентами компанії? [3]

Як інструмент комунікації інфлюенсери та лідери думок привертають увагу до певної проблеми, підвищують ефективність інформування цільової аудиторії та є джерелом інформації з високим рівнем довіри.

Список використаних джерел

1. Белова Т. Г., Черкасова В. В. Співробітництво з лідерами думок в інтернеті як сучасний ефективний спосіб просування бренду. Причорноморські економічні студії. В. 25. 2018. С. 62–65. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/25_2018/15.pdf.

2. Горобченко О. (2022). Інфлюенсерство як інструмент розвитку е-бізнесу. Економіка та суспільство, (38). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-54>.
3. Гнилякевич-Проць І. & Павлисько М.-В. (2022). Тренди розробки інфлюенс-стратегії. Економіка та суспільство, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-64>.
4. Сорокіна Г. В. Роль інфлюенсерів в управлінні комунікаційним процесом / Г. В. Сорокіна, А. І. Зінкевич // Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. – С. 844–846.
5. Хто такі лідери думок і як вони сприяють розвитку бізнесу. URL:<https://hub.kyivstar.ua/articles/hto-taki-lideri-dumok-i-yak-voni-spriyayut-rozvitku-biznesu>.

ВИГОДИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ГРАНТОВИХ ПРОЄКТІВ

І. Я. Кузьмук, канд. екон. наук, доцент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Сучасний світ відзначається стрімким розвитком цифрових технологій, які безперервно трансформують різні галузі діяльності. Однією з областей, яка відчуває значний вплив цифрової трансформації, є менеджмент грантових проєктів.

Грантові проєкти стали важливим інструментом фінансування для наукових досліджень, соціальних програм та розвитку громад. Управління коштами в межах гранту вимагає точності, прозорості та ефективності. Цільове використання грантових коштів та надання точних фінансових звітів – це важливі аспекти, які визначають успіх грантового проєкту.

Реалії сьогодення вимагають від нас більш глибокого розуміння та ефективного вирішення фінансових викликів у сфері грантового фінансування. Можна виокремити наступні труднощі, пов'язаних із фінансовим управлінням грантовими проєктами:

Наукове видання

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 13 лютого 2024 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 25,1.
Зам. № 328/2168.

Видавець і виготовлювач Полтавський університет економіки і
торгівлі. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідectво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 8076 від 28.02.2024 р.