

KhmelnyskyPolytechnic Proffessional College  
by Lviv Polytechnic National University (Ukraine)  
Liviv Polytechnic Natioanl University (Ukraine)  
Maria Curie-Skłodowska University (Polska)

**ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE,  
TECHNOLOGIES DEVELOPMENT  
AND MANAGEMENT**

Thesis of  
III International scientific and practical conference

*Khmelnyskyi, 24<sup>th</sup> of November 2022*

*Khmelnyskyi*  
2023

Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)  
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)  
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Республіка Польща)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ НАУКИ,  
РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

Тези доповідей  
III Міжнародної науково-практичної конференції

*Хмельницький, 24 листопада 2022 р.*

Хмельницький  
2023

*Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні  
Вченої ради Хмельницького політехнічного фахового коледжу  
Національного університету «Львівська політехніка»  
(протокол № 2 від 20.01.2023 р.).*

**Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту:** збірник тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції; за заг. наук. ред. д.-ра екон. наук, доц. А. В. Савіцького – Хмельницький, 2023. – 247 с.

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, у яких з урахуванням умов військового стану в Україні висвітлено особливості новітніх теоретичних і прикладних проблем сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту в діяльності вітчизняних та закордонних підприємств. Узагальнено та систематизовано результати науково-прикладних досліджень учених, практиків і викладачів вищих навчальних закладів з питань розвитку сучасних тенденцій економіки, менеджменту, приладобудування, технологічного забезпечення, альтернативних джерел енергії, автоматизації та механізації виробничих процесів, використання інформаційних технологій, освіти та бізнесу. Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів, волонтерів та усіх тих, хто ПРАЦЮЄ НА ПЕРЕМОГУ!!!

*Матеріали подано в авторській редакції*

# ЗМІСТ

## РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ

<b>Bujak Adam</b> RACHUNKOWOŚĆ AKTYWÓW PERSONALNYCH – PRZESŁANKI STOSOWANIA I POTENCJALNE PROBLEMY .....	9
<b>Алба В. Є., Лисак О. І.</b> ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ .....	16
<b>Анур'єв В. О., Іжевський П. Г.</b> СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВИХОДУ ФІРМИ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ.....	18
<b>Біла М. М., Власюк Ю. О.</b> ПРИНЦИПИ TQM ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	21
<b>Валявіна О. Т., Шулякова О. В.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (МСБ) В УМОВАХ ВІЙНИ.....	24
<b>Василенко К. В.</b> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, АНАЛІЗ, ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ.....	26
<b>Веремюк А. І., Нікольчук Ю. М.</b> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ.....	30
<b>Власюк Ю. О.</b> ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ І ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ .....	32
<b>Власюк Ю. О., Собчук Ж. А.</b> СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	35
<b>Вовк С. В.</b> НОВІ ТРЕНДИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	37
<b>Живоглазова А. І., Болтянська Л. О.</b> ПОЛІТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	40
<b>Живоглазова А. І., Лисак О. І.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ З БЛОГЕРАМИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ.....	42
<b>Завадських Г. М.</b> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	45
<b>Завадських Г. М., Іванченко А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНИ.....	47
<b>Завадських Г. М., Каминін В.</b> МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ.....	50
<b>Завадських Г. М., Крикунова А.</b> ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ І ПОЛІТИКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	52

<b>Завадських Г. М., Крикунова А.</b> ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ І ПОЛІТИКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	55
<b>Завадських Г. М., Соломахіна К.</b> ТЕНДЕНЦІЇ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	57
<b>Іжевський П. Г., Величко У. В.</b> ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	59
<b>Казаков Є. А., Лисак О. І.</b> ВОРОНКА ПРОДАЖІВ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.....	61
<b>Казаков Є. А., Лисак О. І.</b> ВОРОНКА ПРОДАЖІВ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.....	64
<b>Козловська А.О., Власюк Ю. О.</b> РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	67
<b>Кравчук К. О., Власюк Ю. О.</b> РОЛЬ КЕРІВНИКА У ВИРІШЕННІ КОНФЛІКТІВ.....	69
<b>Лиса Д. В., Павлова М. Б.</b> МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА.....	72
<b>Лисак Г. Є., Лисак О. І.</b> ВПЛИВ ЯКОСТІ КОМУНІКАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ.....	74
<b>Лопатовська О. О., Мельникова А. А.</b> ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: ЙОГО РОЛЬ, ФОРМУВАННЯ ТА РЕЗЕРВИ ЗБІЛЬШЕННЯ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	77
<b>Лопатовська О. О., Пономарьова К. В.</b> ДО ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	79
<b>Мазур В. О., Нестер П. І.</b> РИЗИКИ ПРИ ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	82
<b>Михаленко К. В., Власюк Ю. О.</b> РОЛЬ ОСОБИСТОСТІ КЕРІВНИКА У ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	84
<b>Муха В. М., Лисак О. І.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СФЕРІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНТЕРНЕТ ОБСЛУГОВУВАННЯ....	86
<b>Овесков О. В., Демко В. С.</b> БІЗНЕС-ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ..	89
<b>Полінкевич О. М.</b> ЕКОЛОГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	92
<b>Розумейко А. А., Болтянська Л. О.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	94
<b>Савіцький А. В.</b> ВІДНОВЛЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННО- ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В АКТИВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ.....	97
<b>Савіцький А. В., Поха К. В.</b> КРИЗОВІ ЯВИЩА ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	104

ділові якості керівника [3; 4].

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене можна дійти висновку, що основні риси, які є основою психологічного портрета особистості керівника є особистість, стилі керівництва, авторитет. Діяльність сучасного керівника виступає як творча, оскільки він працює в постійних умовах невизначеності та відсутності точної інформації. Так у процесі своєї діяльності керівник виконує кілька різних функцій та ролей, тому ключовою якістю для успіху сучасного керівника виступає рольова гнучкість, готовність змінювати свої ролі залежно від ситуації. На ефективність діяльності керівника впливають його індивідуальні якості, завдяки яким він успішно здійснює свої соціальні ролі, та напрямки діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Жалінська І. В., Артерчук В. О. Сучасні підходи до розвитку особистості керівника. Економіка і суспільство. 2016. В. 6. С. 148–153.
2. Корман М. М. Психологічний профіль ефективного керівника: Методичний посібник. Тернопіль, 2012. 112 с.
3. Кот Г. М., Пилипчук О. Ю. Зарубіжний досвід дослідження особистісних якостей ефективного менеджера. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/download/2119/2110> (дата звернення 14.10.2022).
4. Пшенична Л. Імідж керівника – важлива складова кар'єри управлінця. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2018. № 6 (80). С. 233–250.

**Муха В. М.**

*ст. 2 курсу*

**Лисак О. І.**

*к. е. н., доцент кафедри економіки та бізнесу*

*Таврійського державного агротехнологічного університету*

*ім. Дмитра Моторного*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СФЕРІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНТЕРНЕТ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Продаж товарів із використанням мережі Інтернет є сучасним і перспективним способом розширення звичайного невіртуального бізнесу. В Україні з усіх секторів ЕК найбільш поширений вид В2С, представлений переважно у вигляді інтернет-магазинів та

маркетплейсів, де здійснюється продаж товарів кінцевому споживачу. Майже половина всіх інтернет-магазинів створюються як інтернет-вітрини відомих супермаркетів. В Україні близько 67 % ринку продажу товарів через Інтернет належить великим реальним магазинам, які застосовують ЕК для додаткового збуту товарів.

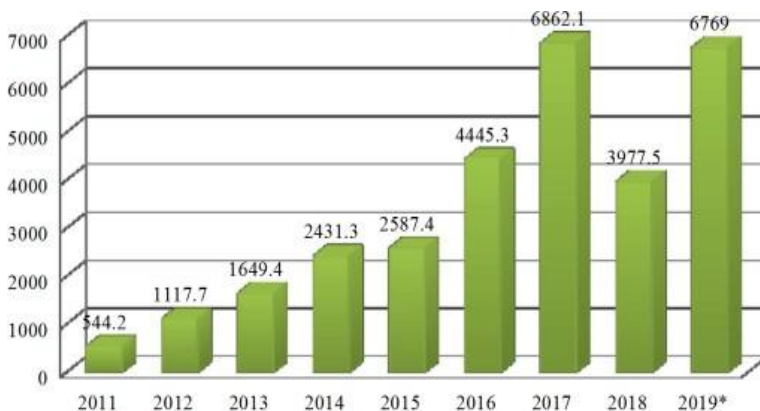
Основну роль навітчизняному ринку ЕК відіграють не самі інтернет-магазини, а електронні каталоги (70 %), які за посиланням перенаправляють потенційного покупця на сайт інтернет-магазину. Решта ринку – це компанії «однієї угоди», коли за тиждень відбувається до 10 угод купівлі-продажу. Обсяги прибутків від діяльності таких інтернет-магазинів оцінити складно, адже більшість не здійснюють постановки на податковий облік і не сплачують податки, а тому є тіньовим сектором економіки.

Основними факторами, що впливають на дохідність інтернет-магазину, є:

- асортимент товару та рівень цін;
- відвідуваність веб-сайту магазину;
- дизайн та зручність;
- репутація;
- нижча торговельна націнка порівняно з традиційними магазинами;
- нижчі витрати на організацію бізнес-проекту;
- доступність для споживачів двадцять чотири години на добу.

Нині серед великих роздрібних магазинів актуальним є поєднання традиційних способів купівлі-продажу товарів з купівлею-продажем у мережі Інтернет. Відповідно до маркетингових досліджень (рис. 1), у 2019 р. близько 7 млн. інтернет-користувачів в Україні здійснювали покупки онлайн. Найбільше у мережі Інтернет користуються попитом товари середньої цінової категорії (побутова техніка та електроніка (45 %), одяг (41 %), косметика та парфумерія (34 %)). При цьому середня вартість однієї покупки у категорії «побутова техніка та електроніка» у 2019 р. становила 2190 грн., а в категоріях «одяг» і «косметика та парфумерія» – близько 830 грн. Нині популярними стали онлайн-замовлення продуктів харчування та медичних препаратів.

У процесі дослідження встановлено існування розбіжностей в оцінці показників обсягів роздрібногo товарообороту та продажів, здійснених через мережу Інтернет в Україні. Так, інформація, наведена Державною службою статистики України, значно поступається у кількісному відношенні порівняно з даними досліджень ринку ЕК, здійснених аналітичними компаніями.



**Рис. 1. Динаміка роздрібного продажу товарів через мережу Інтернет в Україні у 2011–2019 роках, млн. грн.**

#### **Список використаних джерел:**

1. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2021 (in billion U.S. dollars). Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.
2. Лисак О. І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2018. № 3 (35). С. 46.
3. Одарченко А. М., Сподар К. В. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*, 2015, № 1. С. 342–346.
4. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : колективна монографія / за ред. В. В. Лісіци, В. І. Місюкевич, О. М. Михайленко. Полтава : ПУЕТ, 2020. 232 с.