МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

МАТЕРІАЛИ
XII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗА ПІДСУМКАМИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 2024 РОКУ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ

Запоріжжя 2025

УДК [330+336+338+351/354+658.8](043)
Т13

XII Всеукраїнська науково-технічна конференція здобувачів вищої освіти ТДАТУ. Факультет економіки та бізнесу: матеріали XII Всеукр. наук.- техн. конф., 1 - 9 травня 2025 р. - Запоріжжя: ТДАТУ, 2025. - 173 с.

У збірці представлено виклад тез доповідей і повідомлень, поданих на XII Всеукраїнську науково-технічну конференцію здобувачів вищої освіти Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Збірка призначена для викладачів, аспірантів, магістрантів, студентів, фахівців, що працюють за зазначеними напрямами.

Секція 1. Маркетинг
Секція 2. Економіка і бізнес
Секція 3. Фінанси, облік та оподаткування
Секція 4. Менеджмент та публічне адміністрування

Тези доповідей та повідомлень подані в авторському варіанті.

Відповідальність за представлений матеріал несуть автори та їх наукові керівники.

Матеріали для завантаження розміщені за наступними посиланнями:

http://elar.tsatu.edu.ua/?locale=uk
Електронний Інституційний репозитарій Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/rada-molodyh-vchenyh-ta-studentiv/
Сторінка Ради молодих учених та здобувачів вищої освіти ТДАТУ

Відповідальний за випуск: к.е.н., доцент Валентина Демко

Робоча група:
Секція 1. Кукіна Н. В., к.е.н., доцент, в.о. зав.кафедрою маркетингу ТДАТУ
Секція 2. Болтянська Л. О., к.е.н., доцент, зав.кафедрою економіки і бізнесу ТДАТУ
Секція 3. Яцух О. О., д.е.н., професор, зав.кафедрою фінансів, обліку та оподаткування ТДАТУ
Секція 4. Плотниченко С. Р., к.е.н., доцент, зав.кафедрою менеджменту та публічного адміністрування ТДАТУ

© Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2025

3. Офіційний сайт UNWTO. UNWTO на FITUR 2023: інвестиції в різноманітне, стійке майбутнє для туризму. URL: https://www.unwto.org/news/unwto-fitur-2023-investing-in-a-diverse-sustainable-future-for-tourism (дата звернення 17.04.2025).

4. Офіційний сай Mastercard**.** Ministry for Restoration of Ukraine and Mastercard to cooperate on restoring the tourism industry URL: https://www.mastercard.com/news/europe/en/newsroom/press-releases/en/2024/ministry-for-restoration-of-ukraine-and-mastercard-to-cooperate-on-restoring-the-tourism-industry (дата звернення 17.04.2025).

Науковий керівник: *Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ціль сталого розвитку № 8: Гідна праця та економічне зростання

Савченко Д. О. iphonex.brd@gmail.com
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Формування конкурентоспроможності підприємства є комплексним процесом, який визначається сукупністю внутрішніх і зовнішніх факторів. Крім того, окрему увагу слід приділяти тим аспектам, які впливають на довгострокову конкурентоспроможність компанії.

1. Внутрішні чинники формування конкурентоспроможності

Внутрішні чинники – це ті елементи, які безпосередньо контролюються керівництвом підприємства. Вони включають організаційно-управлінську структуру, ефективність використання ресурсів та інноваційний потенціал.

1.1 Організаційно-управлінська структура підприємства є фундаментом його діяльності. Вона охоплює не лише формальні ієрархічні рівні управління, але й механізми прийняття рішень, комунікації та розподілу відповідальності. Ефективна організаційна структура дозволяє швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, оптимізувати внутрішні процеси та мінімізувати ризики. Гнучкість структури є ключовим фактором, оскільки вона забезпечує можливість адаптації до нових умов, таких як зміна технологій, поведінки споживачів або кон'юнктури ринку. Координація між підрозділами також має велике значення, оскільки дозволяє уникнути хаосу та забезпечує виконання стратегічних завдань.

1.2 Ефективність використання ресурсів – це одна з основних передумов конкурентоспроможності. Ресурси поділяються на фінансові, людські та матеріальні.

- Фінансова стабільність є запорукою розвитку підприємства. Оптимізація витрат, залучення інвестицій та раціональне використання коштів дозволяють підтримувати конкурентоспроможність навіть в умовах економічної нестабільності.

- Кваліфікований персонал є одним із найважливіших активів підприємства. Система навчання, розвитку та мотивації працівників сприяє підвищенню продуктивності, покращенню якості продукції та зниженню витрат.

- Ефективне управління сировиною, обладнанням та іншими матеріальними активами дозволяє підтримувати безперебійний виробничий процес та мінімізувати витрати.

1.3 Інноваційний потенціал і технологічна база - інновації є двигуном розвитку будь-якого підприємства. Постійне впровадження нових технологій, методів виробництва та продуктів дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними. Науково-дослідна діяльність та інноваційні проекти допомагають покращувати якість продукції, зменшувати собівартість та відкривати нові ринки. Технологічна база підприємства також грає важливу роль, оскільки сучасні технології дозволяють оптимізувати виробничі процеси, економити ресурси та зберігати конкурентоспроможні ціни.

2. Зовнішні чинники формування конкурентоспроможності знаходяться за межами

безпосереднього контролю підприємства, але мають вирішальний вплив на його діяльність.

2.1 Ринкові умови та кон'юнктура визначають загальну ситуацію на ринку, включаючи попит, пропозицію, ціни та рівень конкуренції. Зміна попиту може суттєво впливати на стратегію підприємства: зростання попиту дає можливість збільшити обсяги виробництва, а його падіння вимагає пошуку нових ринків збуту. Інфляція, економічні кризи та політичні фактори також можуть серйозно впливати на бізнес, зокрема через зростання витрат або обмеження доступу до кредитних ресурсів.

2.2 Конкуренція на ринку і поведінка споживачів є одним із головних чинників, що визначають успіх підприємства. Пряма конкуренція між компаніями, що пропонують аналогічні товари або послуги, змушує їх постійно вдосконалювати свою продукцію, знижувати витрати та впроваджувати нові технології. Поведінка споживачів також грає важливу роль. Сучасні клієнти все частіше орієнтуються на інноваційні, якісні та екологічні продукти, що ставить перед підприємствами завдання адаптації до нових потреб.

2.3 Нормативно-правове середовище та державне регулювання формує умови для діяльності підприємств. Державне регулювання може мати як позитивний, так і негативний вплив. Наприклад, програми підтримки інновацій або зелених технологій можуть допомогти компаніям зберігати конкурентні переваги. Міжнародні стандарти якості та екологічні норми також впливають на можливість підприємств працювати на глобальних ринках.

3. Фактори довгострокової конкурентоспроможності залежать від стратегічних аспектів, таких як сталий розвиток, гнучкість та репутація.

3.1 Сталий розвиток і корпоративна соціальна відповідальність включає економічні, соціальні та екологічні аспекти. Компанії, які впроваджують принципи сталого розвитку, здатні зменшувати негативний вплив на довкілля, підвищувати ефективність використання ресурсів та враховувати інтереси суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) сприяє зростанню довіри споживачів, інвесторів та партнерів, що позитивно впливає на фінансові показники компанії.

3.2 Гнучкість і адаптивність підприємства дозволяють підприємствам швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Це включає здатність змінювати структуру, бізнес-модель або процеси для відповіді на нові виклики. Підприємства, які володіють високою гнучкістю, можуть не лише виживати в складних умовах, а й знаходити нові ринкові ніші.

3.3 Рівень репутації та бренду є важливими активами підприємства. Сильний бренд дозволяє виділитися серед конкурентів, створювати лояльність клієнтів та залучати інвесторів. Управління репутацією вимагає постійної роботи над якістю продукції, маркетинговими комунікаціями та емоційним сприйняттям споживачів.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства формується під впливом широкого спектру факторів. Внутрішні чинники, такі як організаційна структура, ефективність використання ресурсів та інноваційний потенціал, доповнюються зовнішніми факторами, такими як ринкові умови, конкуренція та нормативно-правове середовище. Для довгострокового успіху підприємству необхідно враховувати всі ці аспекти та активно працювати над їх удосконаленням.

Список використаних джерел

1. Базик О. Сутність та особливості підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 7(24). С. 56-76.

2. Бігун В. В., Йохна М. А., Тебенко В. М. Вплив цифрової трансформації на конкурентоспроможність підприємств: аналіз відмінностей у бізнес-стратегіях. *Економіка. Фінанси. Право.* 2023. № 10. С. 52-57.

3. Болтянська Л. О. Особливості інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств України. *Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу*: зб. тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (6 грудня 2023 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя: ТДАТУ, 2023. С. 59-61

4. Болтянська Л. О., Сиротюк Г. В. Роль циркулярної економіки в досягненні цілей сталого розвитку. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2024. № 4(53). С. 8-15.

Науковий керівник: *Болтянська Л. О., доцент кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного.*

РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ СТАЛОГО ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Ціль сталого розвитку №9: Промисловість, інновації, інфраструктура

Свергун С. О. sergeysvergun80@gmail.com
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Цифровізація світу набула однак сучасного тренду і поширилась на усі сфери людського життя, зокрема й на економіку. Цей процес має як позитивні, так і негативні наслідки. Тож питання використання позитивних рис та протидія негативним проявам є актуальним питанням для вітчизняної економіки.

Метою даного дослідження є характеристика ролі цифрової економіки для повоєнного відновлення України та подальшого забезпечення реалізації цілей сталого розвитку.

План Відновлення України визначає цифровізацію як стратегічний вектор розвитку і характеризую ІТ-сферу як конкурентний сектор, що може нарощувати додану вартість [1, С. 6, 33]. Вітчизняні науковці підкреслюють, що «стійкість цифрового сектору найбільш помітна в кризових умовах. Після початку повномасштабного вторгнення українська ІТ-галузь стала однією з найстабільніших сфер економіки; це єдина галузь, обсяг експорту якої виріс у 2022 році» [2]. А в умовах війни цифрові технології стали ще й зброєю, яку можна ефективно використовувати в боротьбі з ворогом. Тому дуже важливо сконцентрувати зусилля на використанні переваг цифрової економіки і реалізувати їх таким чином, щоб забезпечити прискорену відбудову економіки та подальше досягнення показників плану виконання Стратегії сталого розвитку Україна 2030. Ми підтримуємо точку зору, що цифровізація створює синергетичні ефекти у сфері зайнятості, уніфікуючи ІТ-компетентності та формуючи нову культуру взаємодії [3, С. 72].

Власне розуміння ролі цифрової економіки повоєнній відбудові та реалізації цілей сталого розвитку (ЦСР) ми узагальнили на рис. 1