

Аналітичний центр «Нова Економіка»

ЗБІРНИК ТЕЗ НАУКОВИХ РОБІТ
УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ УЧЕНИХ

**СТАНОВЛЕННЯ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ОСОБЛИВОСТІ,
НАПРЯМИ ТА ПРІОРИТЕТИ**

29 лютого 2020 року

Київ
2020

УДК 330.3(063)
С76

Становлення нової економіки в сучасних умовах:
С76 **особливості, напрями та пріоритети:** збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 29 лютого 2020 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2020. – 152 с.

УДК 330.3(063)

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

Брич Б. В. ЕНЕРГОСЕРВІСНИЙ РИНОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.....	46
Вовк М. О. ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОНОВЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	49
Гаражджук І. В. АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	52
Дюк А. А. МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ.....	55
Каневська А. Б., Святненко В. Ю. ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NETFLIX).....	57
Кишин О. В., Цимбала У. Б. ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО МІСЦЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	63
Клочко Т. А. ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	66
Колісник Н. А. СУТНІСТЬ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ	68
Лучків В. І., Шубан В. Г., Дідик В. І. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ	72
Ляховська О. В. ВИРОБНИЦТВО СВИНИНИ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	74
Фішер Н. В. ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ЯК СКЛАДОВА АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ	78
Харчук О. Г., Шадой В. С. УПРАВЛІННЯ МЕХАНІЗМОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	81
Чугрій Г. А. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	84
Шпак Я. О. СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	88
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Максютенко А. В., Арестов С. В. ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС.....	91
Порошенко К. С., Арестов С. В. РІВНІ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ.....	95

Дюк А. А.
кандидат економічних наук, доцент
*Вінницький національний аграрний університет
м. Вінниця, Україна*

МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

Розвиток підприємництва в сучасних економіках, на галузевому рівні і у конкретних продуктивних сферах, набуває креативних форм. У цілому реалії пошуку людством новітніх способів задоволення потреб відповідають природній сутності підприємництва як новаторської моделі соціально-економічних взаємодій. Звідси мотивація не лише до поглиблення економічних засад, а і організаційні дії по соціалізації підприємництва. Відбувається цей процес досить активно, поширюється по різних секторах включаючи сільський.

Проблематика соціалізації стосується не лише традиційного виробничого підприємництва, а й відносно нової сукупності організаційних структур – соціальних підприємств [5]. Розвиток соціального підприємництва пов'язаний з мотиваційними пріоритетами, які формуються в організаційно-економічній системі села.

Соціалізація економіки, становлення організацій соціального підприємництва відбувалося поступово із підвищенням добробуту націй, як зазначено у класичній праці А. Сміта [3]. Відправною точкою для соціалізації економіки, підприємництва і розвитку соціального підприємства є: рівень добробуту суспільства та якість соціального капіталу [7], наявність кооперативних структур [1; 2], стан соціальної відповідальності, мотивації до підвищення добробуту зайнятих на виробництві [6] як чинника ефективності, пропаганда і впровадження засад сталого розвитку тощо. Сталий розвиток економіки як глобальна концепція перспективної побудови сучасного світу розглядається у контексті необхідності реалізації Цілей до 2030 року [4]. Серед яких соціальні цілі переважають (подолання бідності; подолання голоду; забезпечення якісної освіти; забезпечення доступу до ефективних і сучасних джерел енергії; створення стійкої інфраструктури; скорочення нерівності; забезпечення безпеки й екологічної стійкості міст і населених пунктів) [4, с. 41]. Підприємництво і соціальне підприємство тут визначальний механізм.

Проте теперішні реалії розвитку сільської економіки в Україні характеризуються рядом проблемних складностей невідповідності соціального капіталу, державної політики, інфраструктури сільської економіки – це не лише наше переконання, відзначаємо системні дослідження багатьох вітчизняних науковців. Сформована модель

сільськогосподарського підприємництва наприклад не здобула поширення у розвитку ринкових соціально спрямованих організацій (кооперативи). Держава, місцеві органи влади, значно усунулися від суспільної діяльності, а соціальна відповідальність сільськогосподарських підприємств також не висока. Усунути цю проблемну прогалину спроможна активна їх соціалізація з підвищенням підприємницького фінансування соціальної сфери, а також підтримка розвитку соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу на селі.

Соціальне підприємництво вирізняється особливою специфікою, його можна трактувати як основну – статутну діяльність суб'єкта господарювання і як ситуативні дії класичних підприємств, що більшою мірою визначається як соціальна відповідальність. Стимулювання розвитку соціального підприємництва на селі можна вважати пріоритетним завданням державної політики, одним із ключів до вирішення суспільних проблем сільських жителів.

Ситуація, яка склалася з віддачею підприємницьких структур щодо вирішення проблем соціально-економічного характеру, вимагає реструктуризації капіталістичного способу виробництва на користь соціально спрямованого. Задоволенню даного інтересу мають сприяти традиційні (класичні) і соціальні підприємства.

Серед найбільш значимих мотиваційних пріоритетів розвитку соціального підприємництва на селі потрібно виділити: підприємницьке сприяння сталому розвитку; вирішення соціально інфраструктурних проблем села; подолання бідності і підтримка соціально незахищених верств населення; збереження національних традицій сільського способу життя українців.

Вважаємо, що соціальне підприємництво на селі має неабияку перспективу, адже держава, органи влади, а також традиційні підприємства відмежувалися від практики вирішення соціальних проблем сільських територій. Активна підтримка і стимулювання розвитку соціального підприємництва є вкрай необхідною умовою сьогодення для нашої держави на селі. Соціальні підприємства здатні забезпечити активні, ефективні структурні зміни у системі існуючих, традиційних для наших умов, механізмів вирішення соціально-побутових проблем села. Відбуватиметься залучення до цього процесу як селоутворюючих підприємств, так і представників сільської громади – жителів сільського населеного пункту. Питання актуальне, так як селяни самі краще знають що їм потрібно – на відміну від представників влади – державного соціального менеджменту.

Література:

1. Oleksandr Shpykuliak, Ilona Bilokinna. «Green» cooperatives in the formation of an institutional mechanism of development of alternative power engineering in the

- agrarian sector of the economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. Volume 5 Number 2. Riga: Publishing House «Baltija Publishing», 2019, 262 pages. 249–255. DOI : <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-2-249-255>
2. Бородаєвський С.В. Історія кооперації. Київ : Центр учбової літератури. 2019. 446 с.
 3. Сміт Адам. Дослідження про природу і причини багатства народів / пер. з англ. О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. К. : Наш формат, 2018. 736 с.
 4. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Львів: Кальварія. 2017. 168 с.
 5. Харитоновна Е.В., Крылова Е.М. Социализация предпринимательства как фактор роста национального богатства. *Социально-экономические явления и процессы*. 2014. Т.9. № 5. С. 76 – 83. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-predprinimatelstva-kak-faktor-rosta-natsionalnogo-bogatstva>
 6. Шпикуляк О.Г. Мотивація формування людського та соціального капіталу в аграрній сфері. *Економіка АПК*. 2006. № 10. С. 135-141.
 7. Шпикуляк О.Г. Становлення соціального капіталу в аграрній сфері трансформаційної економіки. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, Volume 8. Page 28 – 34. Published 2007. URL : <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/view/678/704>

Каневська А. Б.

студентка спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування»

Святненко В. Ю.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NETFLIX)

Сьогодні багато комерційні організації приходять до розуміння того, що їх основна мета повинна полягати не просто в виплаті дивідендів акціонерам, а в створенні умов для збільшення даних виплат. Компанії можуть забезпечити необхідні умови за допомогою різних управлінських заходів, одна з яких – розвиток відносин зі споживачами. Безумовно, сьогодні у переважної більшості компаній немає можливості створювати унікальні пропозиції для кожного клієнта, але є спосіб повернути його до взаємовигідної, довгострокового спілкування з організацією, при якому він (клієнт) зможе відчувати індивідуальний підхід. І цей спосіб – управління лояльністю споживачів через створення програм заохочення покупців (програм споживчої лояльності).

Уведемо кілька варіантів визначення споживчої лояльності, представлених в таблиці 1.