

**Східноукраїнський інститут
економіки та управління**

МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«НАУКОВІ ПОГЛЯДИ
НА ВДОСКОНАЛЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ:
НАПРЯМИ І ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ»**

12 червня 2021 року

МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

**«НАУЧНЫЕ ВЗГЛЯДЫ
НА УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ:
НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИОРИТЕТЫ
РАЗВИТИЯ»**

12 июня 2021 года

Запоріжжя
2021

УДК 330.342(063)
Н 34

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові погляди на вдосконалення економічної системи: напрями і пріоритети розвитку».

У збірник увійшли матеріали секцій: «Макроекономіка», «Економетрика», «Інституційна економіка», «Економіка суспільного сектору», «Економіка освіти», «Економіка праці», «Економіка розвитку», «Міжнародна економіка», «Фінансова економіка», «Банки та банківська діяльність», «Економіка фірми» та інші.

Наукове видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для широкого кола читачів.

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

Наукові погляди на вдосконалення економічної системи:
Н 34 напрями і пріоритети розвитку: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 12 червня 2021 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2021. – 192 с.

Научные взгляды на усовершенствование экономической системы: направления и приоритеты развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции (г. Запорожье, 12 июня 2021 года) / Восточноукраинский институт экономики и управления. – Запорожье: ОО «ВИЭУ», 2021. – 192 с.

УДК 330.342(063)

© Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2021
© Колектив авторів, 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Соколова О. М.

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ СТРУКТУРНОЇ ПОЛІТИКИ
В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ

ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 9

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМЕТРИКА

Клочан І. В.

ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА
ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

ТОВАРОВИРОБНИКАМИ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... 13

СЕКЦІЯ 3. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Барон І. Г.

ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ:

СУБ'ЄКТИ ВПЛИВУ ТА ІНДИКАТОРИ ОЦІНЮВАННЯ..... 18

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Баран Р. Я.

СИСТЕМА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ:
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ БАЗИС..... 21

Давтян А. А.

АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»..... 25

Кузіна В. Ю.

ТРАНСФОРМАЦІЇ В СТРУКТУРІ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ЗЕРНА..... 29

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА СУСПІЛЬНОГО СЕКТОРУ

Кібук Т. М.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ОСНОВНИЙ ВИДІВ АНАЛІЗУ

ВИГІД ТА ВИТРАТ..... 32

СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ОСВІТИ

Гаман Г. В.

ЗАСТОСУВАННЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ 35

Дубовик С. Г.

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ
НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ ПЕРЕДВИЦЬОЇ ОСВІТИ 39

СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

Бондаренко Н. М.

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ СУТНОСТІ
КАТЕГОРІЇ «ЗАРОБІТНА ПЛАТА»..... 43

Гончарова З. В.

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ..... 48

СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

Ковбаса О. М.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО БІЗНЕСУ
ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА 53

Науменкова С. В., Колесан Ю. А.

ОНОВЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ
ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПРОЄКТІВ..... 57

Пурик О. Е., Цалко Т. Р.

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ І ЗМІСТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ..... 60

Тимошенко М. В., Бендюг Є. С., Куш В. А.

СИСТЕМА КЕРУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ
В МАРКЕТИНГОВІЙ ЛОГІСТИЦІ..... 64

СЕКЦІЯ 9. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Анцупова Д. С., Кіріяк В. В.

ШЛЯХИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ЄВРОПУ 68

Барабаш С. А.

НАСЛІДКИ ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ В СОТ 70

Богородицька Г. Є., Брусенцева А. С. СУЧАСНЕ ПОЛОЖЕННЯ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	74
Григор О. В. ЗМІНИ В МІЖНАРОДНОМУ ПОДІЛІ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	78
Грінченко В. В., Омеляненко О. П. ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ВИСОТНОГО БУДІВНИЦТВА В ЄВРОПІ ТА АЗІЇ.....	81
Кантур В. Ю. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОФШОРНИХ ЗОН	83
Кульпака О. В. СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	86
Лактіонова Д. П. МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТНК	89
Омеляненко О. П., Худенко К. А. ВАЛЮТНИЙ КУРС. БОРОТЬБА ЕКОНОМІК.....	91
Павлова В. А., Омеляненко О. П. ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ НА СЬОГОДЕННЯ.....	92
Подолян З. С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЛАТІЖНИХ БАЛАНСІВ ГРУЗІЇ ТА МОЛДОВИ.....	95
Таран Я. А., Омеляненко О. П. ВПЛИВ COVID-19 НА КУРС МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТНК	96
Тритинник К. В., Омеляненко О. П. КОНКУРЕНЦІЯ СВІТОВИХ ВАЛЮТ ДОЛАРА ТА ЄВРО.....	100
Фрідріх І. Ю. АЗІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ТОРГІВЛЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	104
Шандра Т. О., Шевцова М. В. МІСЦЕ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	107
Шешеня К. О., Омеляненко О. П. СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	110

СЕКЦІЯ 10. ФІНАНСОВА ЕКОНОМІКА

Драгун А. О.

ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ДЕПОЗИТНИХ РАХУНКІВ
КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ..... 114

Клименко С. О., Овчиннікова І. С.

ВПЛИВ ПРИБУТКУ НА СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВА 117

Клименко С. О., Федорук В. М.

УПРАВЛІННЯ ПОЗИКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ 119

Нагорнюк Г. О.

ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ
ПІДПРИЄМСТВ І БАНКІВ 121

Тарасевич Н. В., Ткач В. С.

ЕМПІРИЧНА ОЦІНКА
ЧИННИКІВ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКІВ..... 125

Ткачук Г. О., Худобенко Н. А.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
В СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ..... 128

Чеберяко О.В., Стрижавська К. В.

СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ ТА ВИДИ ІНВЕСТИЦІЙ 131

СЕКЦІЯ 11. БАНКИ ТА БАНКІВСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

Деркач Ю. Б.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ
РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК 138

Лакіза Ю. В., Нігоян А. С.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ
СУБОРДИНОВАНОГО БОРГУ З МЕТОЮ ЗРОСТАННЯ
ФІНАНСОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ БАНКУ 142

Матківська Г. Р.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ
БАНКІВСЬКОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... 144

Пась Я. І.

ОРГАНІЗАЦІЙНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ
РОЗВИТКОМ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ 147

Шаповалова А. А., Гедвілас О. П.
СТРАТЕГІЯ БАНКУ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ 150

СЕКЦІЯ 12. ЕКОНОМІКА ФІРМИ

Андрієнко М. М., Бондар Н. В.
КАПІТАЛЬНІ ВКЛАДЕННЯ
ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ..... 152

Витвицька О. М.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 155

Ільченко В. Ю., Олексієнко О. О.
ІНСТРУМЕНТАРІЙ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ..... 157

Качур Г. Є.
РОЗВИТОК БІЗНЕСУ У СФЕРІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ 162

Серіков Д. О., Первій Д. П.
СПЕЦИФІКА ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ
В ІТ-КОМПАНІЯХ УКРАЇНИ..... 164

Тарасюк М. Л., Сілакова Г. В.
РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА 168

Цибульська В. О.
ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ
РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ..... 171

СЕКЦІЯ 13. ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

Григорук А. А., Литвин Л. М.
БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ 174

Пієнко О. V., Babina E. V., Morshchenok T. S.
DETERMINING THE BASIC SOFT SKILLS
OF THE MANAGER OF THE FUTURE 178

Кравцова С. В., Романова А. Р.
МОТИВАЦІЙНО-СТРАТЕГІЧНІ КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ
УПРАВЛІННЯ ОПЛАТОЮ ПРАЦІ..... 181

СЕКЦІЯ 13. ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

Григорук А. А.

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри філософії та суспільних наук*

Литвин Л. М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри філософії та суспільних наук*

*Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Сучасне економічне середовище характеризується високою динамічністю бізнес-процесів, загостренням конкуренції між національними та іноземними виробниками, збільшенням вимог, а також диференціацією потреб і пріоритетів споживачів, зростанням ризиків, новизною технологій, особливо інноваційно-інформаційних і комунікаційних. Суб'єкти ринкових відносин, які змогли пристосуватися до організаційно-економічних змін, сьогодні зіштовхуються з новою проблемою – необхідністю формування сучасної моделі бізнесу як економічного інструменту для забезпечення стійкого та ефективного функціонування підприємства. Розв'язання цієї проблеми є одним із завдань стратегічного управління, у площині якого і знаходиться концепція бізнес-моделювання.

Поняття «бізнес-модель» увійшло в науковий обіг і професійну термінологію менеджерів відносно недавно, а тому досі не існує його єдиного економічного трактування.

На сьогодні при визначенні сутності поняття «бізнес-модель» виділяють два підходи: перший підхід пов'язаний з розглядом діяльності підприємства з точки зору бізнес-процесів і технологій (фокус уваги спрямований всередину підприємства); другий підхід, навпаки, передбачає орієнтацію на цінність, яку підприємство створює для зовнішніх клієнтів, а також на результати діяльності.

Бізнес-модель – це певне спрощене уявлення реального або майбутнього бізнесу, що відображає його логіку, основні бізнес-процеси та створюється для вирішення різних прикладних завдань.

Бізнес-модель як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках являє собою сукупність взаємопов'язаних стратегічних і тактичних рішень, що формують процес ведення бізнесу підприємством [3].

Бізнес-модель – це загальна картина того, як інноваційна концепція буде створювати економічну цінність для покупця, підприємства, акціонерів та партнерів [1].

Для більшості визначень характерним є розуміння бізнес-моделі як схеми функціонування бізнесу певної компанії, що дає відповідь на такі основні запитання: як компанія здійснює бізнес, що компанія використовує для здійснення бізнесу, яку цінність забезпечує компанія споживачам, яким є механізм отримання прибутку компанією.

Бізнес-модель як спосіб ведення бізнесу виконує наступні функції: визначає сегмент ринку, де є попит на цінність; з'єднує ринки факторів виробництва і ринки товарів / послуг; з'єднує внутрішні і зовнішні чинники в процес створення цінності; визначає сукупність заходів від закупівлі сировини до створення і доставки цінності споживачам; визначає логічну послідовність ланцюжка створення цінності; визначає структуру витрат і потенційного прибутку; виробляє і привласнює частину цінності, тобто отримує прибуток; описує становище фірми в мережі створення вартості, яка об'єднує постачальників, клієнтів і конкурентів; формує конкурентні стратегії, що сприяють створенню цінності і її утримання (перевага над конкурентами).

Бізнес-модель будується з урахуванням різних компонентів бізнесу, до яких належать: підприємництво, стратегія, економіка, фінанси, операції, конкурентні стратегії, маркетинг і стратегії стійкого зростання [1, с. 81].

Існує багато видів бізнес-моделей та шаблонів їх відображення. Одним з найбільш зручних і відповідно найбільш розповсюджених шаблонів є модель Canvas, запропонована О. Остервальдером та І. Піньє. Модель О. Остервальдера та І. Піньє є результатом дослідження та аналізу десятка універсальних бізнес-моделей інших авторів. За О. Остервальдером бізнес-модель – це концептуальний інструмент, який включає набір елементів та їх

взаємозв'язків і дозволяє відобразити логіку того, яким чином компанія заробляє гроші [2, с. 63].

Бізнес-модель Canvas це один із інструментів стратегічного управління для підприємців, який дозволяє зробити опис пропонованого проекту або проаналізувати модель бізнесу, яка вже використовується, з позицій її ефективності та можливостей розвитку. Канва бізнес-моделі Canvas найкращим чином демонструє всі аспекти, необхідні для побудови ефективної бізнес-моделі компанії. Вона складається з дев'яти структурних блоків: ключові партнери, ключові види діяльності, ключові ресурси, ціннісні пропозиції, споживчі сегменти, взаємовідносини з клієнтами, канали збуту, структура витрат [2, с. 85]. Необхідно, щоб усі групи цих блоків взаємодіяли один із одним. Тоді, завдяки цій моделі, можна отримати відповіді на фундаментальні питання бізнесу компанії.

Бізнес-модель дозволяє сконцентрувати увагу менеджменту на тих аспектах зовнішнього і внутрішнього середовища, в яких і відбувається найважливіша трансформація споживчих переваг і технологій. Аналіз цієї інформації дозволяє ефективно реагувати на зміни уподобань, які і визначають рух ринків.

Бізнес-моделювання є відносно новою практикою для менеджерів вітчизняних підприємств, на відміну від більш знайомого бізнес-планування, яке традиційно застосовується для обґрунтування інноваційних проектів. Проте в умовах динамічності середовища та необхідності впровадження інновацій на постійній основі, бізнес-модель є зручнішою, оскільки є більш структурно цілісною, гнучкою, адаптивною, наочною та інтуїтивно зрозумілою формою відображення концепції майбутнього бізнесу та узгодження інтересів усіх його учасників. Тому вона повинна якщо не замінити бізнес-план, то як мінімум передувати його розробці.

Основними перевагами інноваційних бізнес-моделей у системі менеджменту організації перед традиційними є інструменти конкурентної боротьби. На відміну від класичних методів, що передбачають новації в одній-двох сферах економічного механізму підприємства (наприклад, у ціновій або технологічній політиці), впровадження нових бізнес-моделей дасть змогу внести суттєві зміни в більшість його елементів, включаючи вибір цільової потреби потенційного споживача, механізму правління прибутком і спосіб їх стійкого поєднання [1].

Бізнес моделювання є важливою частиною стратегічного управління будь-якою компанією. Але дійсно ефективні і проривні стратегії розвитку складаються з інтелектуального капіталу, інноваційних рішень і ефективних інструментів. Тому розглянутий спосіб – це найважливіший інструмент для прототипування нового бізнесу і визначення ключових елементів стратегії розвитку [3].

Взаємозалежне бізнес-моделювання дозволяє підприємцям і менеджерам знаходити дійсно інноваційні рішення в способах отримання економічного прибутку і дозволяє генерувати нові концепції використання ринкових можливостей.

Таким чином, бізнес-модель є сучасним інструментом менеджменту, що концептуально відображає ключові аспекти діяльності підприємства, який зручно використовувати при впровадженні інновацій. Бізнес-модель компанії – це сукупність елементів, що характеризують принципову логіку її функціонування на основі ефективного використання у бізнес-процесах компетенцій і стратегічних ресурсів з метою створення продукту (послуги) з високою цінністю, що відповідає пріоритетам споживачів і забезпечує зростання прибутку.

Форма представлення бізнес-моделі і рівень її деталізації визначаються цілями моделювання і прийнятою точкою зору. При визначенні бізнес-моделі набір ознак, що визначають її зміст, може бути досить широким. Зазвичай бізнес-модель формується з метою удосконалення процесу управління, коли керівництво розуміє, що підприємство повинно перейти на новий щабель.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент стартап проектів: підручник / О.А. Гавриш, В.В. Дергачова, М.О. Кравченко та ін.. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.
2. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей : Настольная книга стратега и новатора / Пер. с англ.. Москва : Альпина Паблишер, 2013. 288 с.
3. Побудова бізнес моделей і розробка стратегії розвитку організації. URL: <https://strategium.space/news/postroenie-business-modeley/>.