

**Міністерство освіти і науки України
Харківський національний аграрний університет
ім. В. В. Докучасва**

ЕКОНОМІЧНІ ЧИТАННЯ

**Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції,
присвяченої 85-річному ювілею
професора ВІКТОРА ЙОСИПОВИЧА ШИЯНА,
19 лютого 2021 р.**



Харків–2021

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Ульянченко О.В., чл.-кор. НААНУ, д-р екон. наук, професор (головний редактор); **Кукса І.М.**, д-р екон. наук, професор (заступник головного редактора); **Петров В.М.**, канд. екон. наук, професор університету; **Філімонов Ю.Л.**, канд. екон. наук, доцент; **Ломовських Л.О.**, д-р екон. наук, професор; **Олійник Т.І.**, д-р екон. наук, професор; **Пашенко Ю.В.**, канд. екон. наук, доцент (відповідальний секретар).

Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2021. – 510 с.

До збірника включено результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців і здобувачів вищої освіти усіх рівнів, де висвітлено актуальні аспекти розвитку економіки України та інших країн.

Розраховано на вчених, викладачів, здобувачів освіти та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

Друкується за редакцією авторів.

Сорокотяга М.С. Форми і види диверсифікації підприємств галузі сільського господарства	224
Статівка Н.В., Бублій М.П. Основні напрями зміни організаційних комунікацій	226
Таран О.М. Формування системи управління інноваціями	228
Тірон-Воробйова Н.Б., Фоміна К.А. Діанетика - тотальна влада над людьми у контексті реактивного розуму	230
Ткаченко В.В. Операційна стратегія як невід’ємний елемент виробничого менеджменту	231
Транченко Л.В., Транченко О.М. Формування стратегії розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу	233
Хірса І.М. Аналіз інноваційної інфраструктури підприємств в умовах цифровізації	235
Хлопоніна-Гнатенко О.І., Степаненко Т.О. Стан та тенденції розвитку органічного виробництва в Україні	237
Худавердієва В.А., Карел Т.Г. Проблеми управління інвестиційною діяльністю вітчизняних підприємств	240
Шелудько Р.М., Доценко А.Ю. Тінізація української економіки та шляхи її подолання	243
СТУДІЯ 3. МАРКЕТИНГ	245
Dr. Asma Farooque Role of advertising in social and economic development of India	245
Баюра В.І., Лакомова М.С. Успішність маркетингової оборонної стратегії	246
Боліла С.Ю., Прийма Н.В. Маркетингові дослідження ринку квітів та квіткових композицій	249
Дронова Т.С. Маркетингові дослідження доцільності запровадження дистанційної освіти в Україні та світі	252
Єфремова Н.О., Пономарьова М.С. Значення та роль соціально відповідального маркетингу в агробізнесі	254
Зарецька В.Є. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні належної роботи підприємства	255
Зюзіна М.О., Масленникова А.А., Хурдей В.Д. Вплив пандемії COVID-19 на маркетинг і поведінку споживачів	256
Кузіна В.Ю. Реалії сучасного маркетингу ячменю пивоварного призначення в Україні	258
Монтрін І.І., Бондаренко О.С., Танська Л.В. Особливості використання мерчандайзингу в системі просування підприємств	261
Муштай В.А. Стратегічний розвиток як основа забезпечення конкурентних переваг підприємства	263
Семенова Л.Ю., Даценко В.В. Соціальний маркетинг як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки	266
Солдатенко М.В. Удосконалення маркетингового підходу до управління підприємством	268
Хмельницька К.А. Застосування інструментів маркетингової логістики у	269

митній сфері	
Хурдей В.Д., Гета М.В., Животова А.О. Маркетинг в антикризовому управлінні підприємством	270
СТУДІЯ 4. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ	272
Yuliia Horiashchenko The main trends in the development of innovative entrepreneurship in Ukraine	272
Бутенко Д.С. Тенденції та шляхи розвитку готельно-ресторанного бізнесу	274
Ватченко О.Б., Шаранов Р.С. Особливості антикризового управління різних форм суб'єктів господарювання	276
Власенко Я.Г., Грінченко Р.В. Теоретичні засади формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства	279
Грицаєнко М.І. Теоретико-методологічні засади формування та використання соціального капіталу аграрної сфери	282
Ільченко В.М., Кисельов В.Р. Ключові проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні як шляхи до покращення якості життя громадян	284
Капліна А.І. Молодіжне підприємництво – реалії та перспективи	286
Кошкалда І.В. Органічне виробництво як складова збалансованого розвитку	289
Лещух І.В. Імпортозаміщення як інструмент стимулювання розвитку промислових підприємств	292
Литвиненко А.О., Литвиненко О.Д. Стратегії розвитку в управлінні діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу	293
Меджибовська Н.С. Публічні закупівлі в Україні: аналіз за CPV	296
Морозов Р.В., Потанер Л.Д. Теоретичні засади підвищення ефективності збутової діяльності малих та середніх аграрних підприємств	298
Покотило О.О. Основи формування прибутку підприємства	301
Полякова І.В., Грінченко Р.В. Шляхи та напрямки покращення використання необоротних активів	303
Сумець О.М., Догадіна В.Ю. Інноваційні технології і системи в торговельно-посередницькій діяльності	306
Сухоставець А.І. Вплив інновацій на розвиток підприємництва в аграрній сфері	308
Сухоставець А.І., Васильченко М.В. Фінансові аспекти формування виробничого потенціалу аграрних підприємств	310
Худавердієва В.А. Особливості реалізації підприємництва в сільському господарстві	313
Цигікал П.Ф. Особливості оцінки вартості аграрного бізнесу	316
СТУДІЯ 5. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ	318
Бага Л.Г., Порохняк Н.В. Інтелектуальний капітал як національне багатство	318
Бесєдіна Г.Є., Скрипник Д.Ю. Соціально-економічна сутність категорій «трудова потенціал», «трудова ресурси», «персонал»	321
Бутенко Є.В., Іщенко Н.О. Механізм досягнення сталого розвитку –	324

досвід територіального і промислового управління, адаптований до українських умов, так як українські території ставляться в умовах самозабезпечення.

Отже, актуальними залишаються дослідження з розвитку внутрішнього ринку туристично-рекреаційних послуг, вирішення теоретичних та практичних питань стратегічного менеджменту ТТРК. Водночас система ринкових відносин, що розвивається, створює вимоги до використання низки маркетингових концепцій як методичної основи розвитку проблем стратегічного розвитку територіальних туристично-рекреаційних комплексів. Це проявляється в нових підходах до формування програм просування туристично-рекреаційних зон на зовнішні та внутрішні ринки, заснованих на використанні сучасних маркетингових інформаційних технологій, для виявлення та реалізації можливостей взаємодії на різних рівнях управління та управління. Все вищесказане визначає актуальність обраної теми дослідження, особливо для регіонів України з традиційною туристично-рекреаційною спеціалізацією.

Список використаних джерел:

1. Проблеми розвитку туристичного бізнесу [Текст] : монографія / за заг. ред. Г. П. Скляр, В. Г. Шкарупа. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 233 с.

2. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму [Текст] : монографія / керівник проекту В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. – К. : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.

УДК 338.43:004(477)

І.М. Хірса, асистент
khirsairina@gmail.com

Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна

Аналіз інноваційної інфраструктури підприємств в умовах цифровізації

Інноваційна інфраструктура підприємств незалежно від виду діяльності та масштабності сприяє побудові вдалих взаємовідносин між усіма учасниками соціально-економічної системи протягом їх інноваційного розвитку. Стимулювання усіх учасників економічних відносин має відбуватися через використання різних інструментів. Дослідження цих інструментів та методів їх використання надає важливу роль для сприяння цифровізації економіки та як наслідок вдосконалення результатів взаємозв'язків всіх суб'єктів економіки. Функціонування інноваційної інфраструктури пов'язано з учасниками соціально-економічної системи та передбачає облік їх пріоритетів. Завдяки інструментам інноваційної структури здійснюється вплив на активність інноваційного впровадження. Прикладом таких інструментів є створення особливого податкового та митного режиму, створення мереж систем управління взаємодіями на основі цифрової платформи технологічного зв'язку соціально-економічних суб'єктів в усіх сферах суспільства; створення центрів

малого підприємництва (інноваційних, виробничих, науково-технічних, інвестиційних).

Аналізуючи кожен з інструментів та взаємозв'язок між учасниками соціально-економічної системи можна стверджувати, що для вдосконалення та ефективного впровадження необхідно налагодження взаємозв'язків між державними установами та суб'єктами підприємництва. Інноваційну інфраструктуру в сучасних умовах можна систематизувати з урахуванням суб'єктів за наступними критеріями:

- фінансовий – організації, які забезпечують інвестиційні процеси (державні програми підтримки, бізнес-асоціації, банки та фінансові організації, бізнес спілки);

- кадровий – освітньо-наукові організації, які забезпечують підготовку та перепідготовку кадрів (науково-освітні центри вузької спеціалізації, тренінгові центри);

- виробничо-технологічний – підприємства, які забезпечують процес впровадження інновацій, формують ресурсну базу для впроваджень (науково-дослідницькі центри, центри контролю якості та сертифікації, центри розробки програмного забезпечення);

- інформаційний – організації здійснюючі консультаційні, експертні послуги, послуги з перекваліфікування персоналу (конгрес-центри, центр розвитку та підтримки підприємництва та ін.)

Інструменти завдяки яким організації впливають на інноваційну інфраструктуру можна поділити в залежності від критеріїв прямого або непрямого впливу, цифрові або нецифрові, від строків реалізації, від спрямованості на попит та пропозицію.

Всі надані класифікації можуть бути ефективно використані щодо стимулювання інноваційної інфраструктури будь якої галузі, їх використання дозволяє вийти на новий рівень розвитку як організації так і галузі в цілому. Важливим фактором при використанні критеріїв є активність підприємництва, економічний рівень регіонального розвитку.

Для забезпечення ефективних взаємозв'язків та встановлення зв'язків між учасниками всіх систем та державними установами необхідно використати такий інструмент як цифрова платформа, в рамках якої передбачається об'єднання різних учасників ринку на основі єдиного інформаційного середовища, який дозволяє знизити трансакційні витрати за рахунок використання пакету цифрових технологій та змін систем розподілу праці. Дослідження існуючих цифрових платформ, взаємозв'язків та пропозицій їх модернізації є наступним завданням для вирішення проблем впровадження та удосконалення інноваційної інфраструктури в умовах цифровізації економіки.

1. Боронос В. Г. Стратегічне регулювання інноваційної діяльності: Україна та європейський інтеграційний процес. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2020. № 32. С. 307-318.

2. Ляшенко В. І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ : НАН України, Інститут економіки промисловості, 2018. 252 с.

3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

4. Запорожець Т. В. Розбудова цифрових інфраструктур як фактор подолання цифрового розриву. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 5. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1681> (дата звернення: 16.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2156-2020.5.56.

УДК 338.439:504

О.І. Хлопоніна-Гнатенко, канд. екон. наук, доцент

olga-gnatenko0@rambler.ru

**Харківський національний технічний університет сільського господарства
ім. Петра Василенка, Україна**

Т.О. Степаненко, канд. екон. наук,

**Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва,
Україна**

Стан та тенденції розвитку органічного виробництва в Україні

Виробництво органічної продукції є пріоритетним напрямом розвитку сільського господарства та забезпечує вихід екологічно чистої продукції, виготовленої з дотриманням органічних стандартів та застосуванням технологій для максимального збереження у продуктах поживних речовин, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Така технологія виробництва стала не тільки цікавою нішею для підприємців, а й модним трендом, життєвою позицією для більшої частини людства.

Основою для формування в Україні органічного виробництва є: сприятливі природно-кліматичні умови для ведення даного виду сільськогосподарської діяльності; високий рівень родючості ґрунтів та необхідність їх збереження; необхідність забезпечення внутрішнього споживчого ринку високоякісною продукцією з найменшою шкодою для довкілля; необхідність створення для сільського населення робочих місць та підвищення рівня їх життя, а також сприяння розвитку сільських територій.

Інтерес до ведення органічного господарства в Україні невпинно зростає і зараз, оскільки на це впливають не тільки передумови, але й нагальна необхідність у веденні такого господарства через критичний стан земель. Ринок продукції органічного землеробства потребує значних вкладень та кропіткої роботи, щоб досягти рівня європейського, хоча на родючих українських землях потенціал розвитку органічного сільськогосподарського виробництва оцінюється дуже високо. Україна здатна забезпечити повним асортиментом продукції органічного землеробства як внутрішній ринок так і посилити експортний потенціал країни[1,с.234].