

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (Україна)
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)
Львівський торговельно-економічний університет (Україна)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Миколаївський національний аграрний університет (Україна)
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут» (Україна)
Івано-Франківська міська рада (Україна)
Бізнес асоціація Івано-Франківська (Україна)
Scientific Center of Innovative Research OÜ (Estonia)
Radboud Universiteit Nijmegen (Netherlands)
WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poland)
University of Minnesota (USA)
Division of Health Policy and Management | University of Minnesota (USA)
Center for Healthy Aging and Innovation (USA)
Young America Capital, LLC (USA)
UpHealth, Inc (NYSE: UPH) (USA)
Opus Exec, CFO (USA)
Airo Group, Inc (USA)

Збірник тез доповідей

**Міжнародної науково-практичної конференції
«ПІДПРИЄМНИЦТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»,
присвяченої 60-річчю кафедри підприємництва, торгівлі
та прикладної економіки**



**20 листопада 2023 р.
м. Івано-Франківськ**

УДК 005.342(477)]330.1-029:3“364”(043.2)

ПЗ2

Рекомендовано до друку вченою радою економічного факультету
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
Протокол № 8 від «13» грудня 2023 р.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за науковий рівень публікацій, обґрунтованість висновків, достовірність результатів, наявність плагіату несуть автори.

ПЗ2 Підприємництво під час війни в Україні: виклики та можливості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 60-річчю кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки. Електронне видання. Івано-Франківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2023. 358 с.

ISBN 978-966-640-548-0

Матеріали конференції є результатом наукового аналізу, узагальнення та формулювання висновків з питань підприємництва під час війни в Україні. Вони надають можливість краще розуміти виклики і перспективи його розвитку та створюють підґрунтя для формулювання рекомендацій. Матеріали є цінним ресурсом для прийняття обґрунтованих рішень та розроблення ефективної політики у сфері підприємництва в умовах нестабільності.

Ці матеріали спрямовані на практичне та теоретичне осмислення теми конференції та можуть бути корисними для різних аудиторій, зокрема, керівників підприємств, установ, організацій; науковців, викладачів та інших зацікавлених сторін.

УДК 005.342(477)]330.1-029:3“364”(043.2)

ISBN 978-966-640-548-0

© Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника, 2023

<i>Гринів Л.В., Левкович Р.О.</i>	МІЖНАРОДНЕ МУНІЦИПАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА З КРАЇНАМИ ЄС	271
<i>Grytsiuk S.Y. Олійник Р.З. Матковський П.Є.</i>	ЕЛЕМЕНТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ВІДНОСИН НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ	274
<i>Гурська І. С.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ	275
<i>Капінус Л.В.</i>	СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ПОДІЙ	277
<i>Кілик Т.М.</i>	АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	280
<i>Кічурчак М.В.</i>	ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СЕКТОРІ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	282
<i>Концемал А.О.</i>	МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	284
<i>Корнієнко Т. О., Єременко І. В.</i>	УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	286
<i>Кравченко Б.О.</i>	МОЖЛИВОСТІ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	288
<i>Лаврентьєва В.О.</i>	ЕФЕКТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА-ОСНОВА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	290
<i>Ленард В.В.</i>	ЕКОЛОГІЧНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ БРЕНДУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА	292
<i>Лисий І.О., Дедерчук В. А., Ілюк С. П.</i>	МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	294
<i>Ляшенко В.В.</i>	РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ	297
<i>Македон П. М., Стефінін В.В.</i>	УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	299
<i>Михайлів Г.В.</i>	ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	303
<i>Михайлів Г.В., Тринчук М. П.</i>	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ	306
<i>Монастирський Г.Л.</i>	ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ	309
<i>Надвиничний С. А.</i>	ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ОСОБЛИВИХ УМОВАХ	312
<i>Ніколаєва А. П.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОДУКТУ AIR JORDAN	
<i>Перевозова І. В., Сакун А.Ж.,</i>	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	320
<i>Перевозова І. В.</i>	ВПЛИВ ГРОМАДСЬКИХ ІНІЦІАТИВ НА ПОВЕДІНКУ БРЕНДІВ: KEYСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	322
<i>Польова Л.В.</i>	ЦИФРОВИЙ ШЛЯХ: СТРАТЕГІЯ СТВОРЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ДЛЯ ТУРАГЕНСТВА	324
<i>Примаченко А. А.</i>	СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ВАГОМИЙ ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА	326

активного спорту або щоденного використання. Споживачі очікують, що ці взуття будуть зручними та довговічними. Оскільки лінія Air Jordan вперше була створена для баскетбольного легендарного Майкла Джордана, деякі споживачі купують це взуття для активного гри в баскетбол та очікують підвищеного функціонального ефекту, такого як підвищена підтримка та зчеплення. Деякі споживачі купують Air Jordan для підвищення свого соціального статусу та престижу, оскільки ця марка вважається символом успіху та статусу в деяких соціальних групах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анатомія взуття: кросівки Nike Air Jordan. USP: <https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/anatomiya-vzuttya-krosivki-nike-air-jordan-52700.html> (дата звернення 25.10.2023)
2. Історія заснування, специфіка та кращі моделі Nike Air Jordan. USP: <https://sportbrend.com/blog/brend-air-jordan> (дата звернення 25.10.2023)
3. Jordan - історія баскетболу, написана кросівками. USP: <https://styles.ua/blog/article/jordan-istoriya-basketbola-napisannaya-krossovkami> (дата звернення 25.10.2023)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Перезова І. В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Сакун А.Ж.,

к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Ефективність управління суб'єктами бізнесу залежить, насамперед, від дієвої системи обліково-інформаційного забезпечення, сформованої обліковою політикою, що ґрунтується на єдиній методологічній та правовій основі, фактичних соціально-економічних умовах воєнної економіки. Для того, щоб забезпечити стабільний розвиток підприємництва, при прийнятті управлінських рішень недостатньо обмежуватися класичною обліковою інформацією суб'єктів господарювання, а необхідно постійно відстежувати переваги та проблеми бізнес-середовища порівняно з конкурентами. Таке порівняння дає змогу підтримувати тенденції та виявляти причини змін обсягів виробництва та продажів, грошових потоків і прибутку в динаміці, що допомагає оптимізувати процес для прийняття більш ефективних управлінських рішень у системі облікового забезпечення підприємства.

Інформаційне поле для обґрунтування управлінських рішень характеризується систематизованою інформаційною базою, яка приймає різні форми для різних цілей, перетинається і постійно взаємодіє. Потоки управлінської інформації, що надсилаються від суб'єкта до об'єкта управління, та індикаторна інформація, отримана у зворотному напрямку, являють собою інформаційні зв'язки між суб'єктом та об'єктом управління [1].

Реальні соціально-економічні умови вітчизняного бізнесу вимагають нового погляду

на формування інформації, шляхом впровадження нових технологій та використання автоматизованих систем для цілей стратегічного управління. Завдяки цифровізації можна перевести більшість економічних процесів у цифровий режим. Це стосується і господарських операцій, особливо бухгалтерського обліку. Зазначимо, на сучасному етапі саме інформаційним технологіям відведено роль дієвого інструментарію оптимізації бізнес-процесів підприємств на базі наскрізної автоматизації бізнес-функцій, що їх формують [2].

Цифровізація впливає на значне покращення як характеристик облікової інформації, так і можливостей її застосування. Дослідження результатів цифровізації облікового процесу на сучасному етапі за допомогою аналізу, що використовується в цій сфері програмного забезпечення, баз даних та принципів їх конфігурації й побудови показали, що цифровізація бухгалтерського обліку істотно впливає одночасно на два його аспекти:

- технологію акумулювання (отримання) необхідної інформації, її зберігання, а згодом передачі зацікавленим користувачам – інформаційних технологій у бухгалтерському обліку;
- методології систематизації інформації, тобто суті самого бухгалтерського обліку чи методології бухгалтерського обліку.

Можна виділити наступні інформаційні технології, що є перспективними на сьогоднішній день у вдосконаленні облікової системи, зокрема облікової політики (рис. 1).



Рис. 1. Інформаційні технології облікової політики

В цифровій економіці, щоб зберегти свою актуальність і попит на рекомендований продукт, бухгалтерський облік має бути чітко позиціонований як елемент системи отримання, обробки та передачі економічної інформації [3]. В іншому випадку є значний ризик «розплавлення» адже сучасна електронна інформаційна система динамічно розвивається і досить агресивно розширює сферу свого застосування. Тому необхідно чітко усвідомлювати місце, роль і функціональні можливості облікової системи. Вкладення в цифрові технології дасть поштовх бізнесу при забезпеченні високого рівня безпеки всіх процесів.

В умовах військових дій, що змушує підприємства переходити на онлайн або змішані форми, розвиток інформаційних технологій має однозначно позитивний ефект. Адже їх впровадження в облікову систему на даний момент є найважливішим завданням для

забезпечення ефективності всієї господарської діяльності. Тому, потрібно вжити відповідних заходів для подолання бар'єрів, що ускладнюють перехід на «цифру».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Alina Zh. Sakun, Iryna V. Perevozova, Olha H. Kartashova, Oleksandr S. Prystemskyi, Andrii S. Mokhnenko, "Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship" Universal Journal of Accounting and Finance, Vol. 9, No. 4, pp. 548-564, 2021. DOI: 10.13189/ujaf.2021.090403.
2. Перезовова І.В. Застосування новітніх інформаційних технологій у системі інформаційного забезпечення контролінгу як метасистеми управління промисловим підприємством. Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. 2018. № 17. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6407.17.2018.147180>
3. Саун А., Міхнова А. Інформація як ключовий ресурс бізнесу. Mechanisms of Scientific and Technical Potential Development: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Internet Conference, November 23-24, 2023. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. P. 130-131. <http://dSPACE.ksaeu.kherson.ua/handle/123456789/8334>

ВПЛИВ ГРОМАДСЬКИХ ІНІЦІАТИВ НА ПОВЕДІНКУ БРЕНДІВ: КЕЙСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Перезовова І. В.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

Відома фраза Уїнстона Черчілля «хто володіє інформацією, той володіє світом», під час відкритої військової агресії росії проти України набула ще більш значущої ваги, оскільки доєднала до фактичної інформації театру військових дій, інформацію соціальних мереж та ЗМІ.

Саме соціальні мережі та медіа формують на сучасному етапі ціннісно-сміслові орієнтири людей як інформаційні, так і соціальні. Тому з початком війни заклики ініціативних осіб через соціальні мережі, відкриті пабліки як до компаній на їх сторінках, так і до приватних осіб – TOP-менеджерів цих компаній щодо виходу з ринків росії, дотримання морально-етичних і людських норм бізнесу мали значний резонанс не лише серед українських читачів, але й європейських та світових.

Яскравим початковим кейсом такого впливу став «список ганьби» професора Школи менеджменту Єльського університету, президента Єльського інституту виконавчого лідерства Джеффри Зонненфельда, який зі своєю командою 28 лютого 2022 р. опублікував список компаній, які оголосили про свій вихід з ринку росії, які з нього не вийшли попри всі їх попередні маніфестації наміру та позиціонували себе не лише поборниками економічної ефективності, але як клієнт-орієнтовані, що прагнуть задовольнити споживчі, соціально-обумовлені потреби споживачів, зокрема вимоги екологічно-відповідальної поведінки, соціальну справедливість. Вибір своєї поведінкової моделі брендом, визначає його стосунки з клієнтами на довгий час, і війна в нашій країні підтвердила впливовість думки споживачів на компанію.

До прикладу, Сполучені Штати Америки вимагали від американських компаній вивести бізнес з росії, що було частиною стратегії санкцій, яка мала підірвати економічне