

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**STRATEGIC PRIORITIES OF DEVELOPMENT OF
ECONOMICS, FINANCE, ACCOUNTING AND
LAW IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 3
Part 3**



**3 жовтня 2019 р.
October 3, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА
ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**STRATEGIC PRIORITIES OF DEVELOPMENT OF
ECONOMICS, FINANCE, ACCOUNTING AND
LAW IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 3
Part 3**

**3 жовтня 2019 р.
October 3, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33
ББК 65

Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі:
збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 3 жовтня
2019 р.): у 6 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч. 3. – 59 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі» з:

Академія Державної пенітенціарної служби

Брестский государственный технический университет

Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Мукачівський аграрний коледж»

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

Відокремлений структурний підрозділ «Рівненський коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України»

Вінницький національний аграрний університет

Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Державний університет «Житомирська політехніка»

Дніпровський національний університет ім. Олесь Гончара

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ДННУ «Академія фінансового управління»

Донбаська державна машинобудівна академія

Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція Національної академії аграрних наук України

Донецька обласна державна адміністрація

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

Донецький юридичний інститут МВС України

Житомирський національний агроекологічний університет

Запорізький національний університет

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України

Інститут держави та права ім. В. М. Корецького НАН України

Інститут продовольчих ресурсів НААН

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський національний університет будівництва і архітектури

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

Київський національний університет культури і мистецтв
Київський національний університет технологій та дизайну
Коледж транспорту та комп'ютерних технологій ЧНТУ
Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського
Львівський державний університет внутрішніх справ
Львівський інститут економіки і туризму
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Миколаївський національний аграрний університет
Міжнародний університет бізнесу і права
Національна академія державного управління при Президентові України
Національний університет «Одеська морська академія»
Національний авіаційний університет
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова
Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого
Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова
Одеська національна академія харчових технологій
Одеський державний університет внутрішніх справ
Одеський науково-дослідний інститут судових експертиз
Одеський національний економічний університет
ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет ім. академіка Юрія Бугая»
ПВНЗ «Нікопольський економічний університет»
Полесский государственный университет
Полоцкий государственный университет
Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка
Сумгаитский государственный университет
Сумський державний університет
Сумський національний аграрний університет
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного
Тернопільський національний економічний університет
Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя
Український державний університет залізничного транспорту
Уманський національний університет садівництва
Університет державної фіскальної служби України
Університет митної справи та фінансів
УО «Могилевский государственный университет продовольствия»
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

**Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова
Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича
Чернігівський національний технологічний університет
Чорноморський національний університет ім. Петра Могили**

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів, обліку та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; продовольчої безпеки та екологічної політики в сучасному світі; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки промисловості; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; правового забезпечення державного управління та місцевого самоврядування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; господарського права та процесу; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

<i>Біленчук А. Б., Наумович Ю. І.</i> ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ.....	23
<i>Волк Е. В., Климец В. А., Янчук Д. Н.</i> ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КАПИТАЛА ИЗ-ЗА РУБЕЖА В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ.....	25
<i>Жаган І. С.</i> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ КУПІВЛІ ОВДП ДЛЯ УКРАЇНЦІВ	27
<i>Кривицкая Т. В., Страпко И. В.</i> ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ФАКТОРА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	28
<i>Кривицкая Т. В., Филиппова Т. В.</i> НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	30
<i>Мартунович К. С., Харкевич И. С.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....	33
<i>Мосієвич О. О.</i> ГАЛУЗЕВА СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ПРИ ВЕНЧУРНОМУ ФІНАНСУВАННІ.....	35
<i>Ревега А. А.</i> ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	37
СЕКЦІЯ 11. ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА І СТАЛІЙ РОЗВИТОК SECTION 11. ECOLOGICAL ECONOMICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	39
<i>Федина С. М., Ковальов Б. Л.</i> БІОЕКОНОМІЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ (КРУГОВОЇ) ЕКОНОМІКИ.....	39
СЕКЦІЯ 12. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА SECTION 12. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS	41
<i>Власенко І. В.</i> НИЗЬКИЙ ЦІНОВИЙ (БЮДЖЕТНИЙ) СЕГМЕНТ ГАЛУЗІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ, ЙОГО ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	41
<i>Зілінський Д. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	42
<i>Кубрак А. О.</i> ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	44
<i>Пилат Л. Г.</i> РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ.....	46
<i>Табенська О. І.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ УСПІШНИХ КОМПАНІЙ	47

розміщувати свої рекламні звернення до споживачів у будь-яких місцях, де можлива комунікація цільової аудиторії з її торговою маркою [2, с. 133]. Місця реалізації таких контактів можуть бути різноманітними: від офісу туристичної фірми до передачі відеороликів телеканалами чи інтернет-мережами.

Підсумовуючи, слід зазначити, що реклама є важливим елементом у діяльності туристичних фірм. Грамотне її використання дозволяє фірмі ефективно реалізовувати свою діяльність, виходити на нові сегменти ринку та залучати нових споживачів. Задля забезпечення високої ефективності впливу на цільову аудиторію, туристична фірма повинна ставити у якості пріоритетних питання можливих контактів зі споживачем. Володіючи усіма аспектами та особливостями у рекламуванні турпродукту, туристичні фірми можуть досягти успіхів у боротьбі за споживача, досягати і утримувати позицію лідера на ринку, отримувати максимально можливі суми прибутку.

Список літератури

1. Восколович Н. А. Маркетинг туристических услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 3-е изд. перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 191 с.
2. Гольцман І. О. Особливості застосування реклами в туристичній індустрії. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі*: Матеріали другої міжнародної науково-практичної конференції / За ред. Саух І. В. Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2009. С. 132 – 136.
3. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.
4. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій. Київ : МАУП, 2005. 240 с.

УДК 658.114:005.412

Табенська О. І.

к. е. н.,
старший викладач кафедри менеджменту ЗЕД,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницький національний аграрний університет

ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ УСПІШНИХ КОМПАНІЙ

Проблеми та перспективи управління персоналом на сучасному підприємстві, ефективність проектів організаційних перетворень, інноваційну діяльність лідерів зарубіжних компаній-десятиборців та вітчизняних успішних брендів досліджували вчені, письменники, а саме: Дж. Коллінз, Б. Коул, Б. Ославський, Н. В. Ібрагімова, О. О Копитько, В. В. Зеліч та інші.

Джим Коллінз і Мортен Хансен протягом тривалого часу аналізували та сформулювали головні принципи ведення бізнесу в несприятливих умовах. Лідери компаній-десятиборців чітко усвідомлюють мінливість ситуацій на будь-якому етапі діяльності, тож вважають за потрібне бути готовим до цього. Вони демонструють три основні якості, які в сукупності відрізняють їх від менш успішних керівників: фанатична дисципліна, емпірична творчість, продуктивна параноя. Лідери компаній-десятиборців завжди дуже послідовні у своїх діях, дотримуються своїх цінностей, цілей, стандартів продуктивності та методів діяльності [1, с. 61 – 62].

Перш ніж організаційні зміни зможуть досягти успіху, вони мають спочатку відбутися на невлловимому духовному рівні в окремих людях цієї організації. Щоб зробити вашу ідею популярною, використовуйте унікальний підхід: робіть щось нестандартне. Щоб зробити ваші ідеї яскравими, цікавими та ефективними, використовуйте всі доступні вам інструменти, зокрема, уяву. Діліться вашими історіями, і люди захочуть поділитися своїми, а разом ви створите нову і значно масштабнішу історію [2, с. 47; 179; 184].

Сучасна концепція проектно-орієнтованого управління полягає в ідеї створення організацій, в яких не тільки розвиток, зміни, а і реалізація основної бізнес-діяльності можуть бути представлені різними проектами, що саме в сукупності забезпечують досягнення стратегічних цілей цих організацій. Такі організації стають більш конкурентоспроможними та здатними оптимально використовувати свої внутрішні ресурси [3, с. 5 – 10].

Отже основні умови успішного проведення змін на підприємстві передбачають удосконалення господарської діяльності підприємства та створення комфортних умов для працівників. Потрібна амбітна ціль, якої ви прагнете досягти, та самоконтроль, що допоможе в разі потреби пригальмувати на шляху до цієї мети. Якщо вам вдається поєднати оперативну досконалість з інновацією, то ви примножуєте цінність творчої складової. Саме це і втілюють лідери компаній-десятиборців [1, с. 116].

Український письменник Богдан Ославський досліджуючи «10 успішних українських брендів» зазначив, що засновники брендів аналізують власні стратегії розвитку, методи подолання кризових ситуацій і ключові моменти, які дозволили їм вирізнитися з-поміж конкурентів.

Необхідно звернути увагу на Холдинг емоцій «!FEST» – мережу креативних ресторанів та концептуальних проектів, засновану в 2007 році. Холдинг налічує 18 ресторанів у Львові (найвідоміші – «Криївка», «Гасова лампа», «Львівська копальня кави»), а також 13 закладів «Львівських пляцків» та 37 Львівської майстерні шоколаду в Україні. Остання також є в Польщі, Чехії та Азербайджані. Окрім того, варто відзначити, що Холдинг емоцій «!FEST» – партнери з розвитку Видавництва Старого Лева, українського одягу поло «AVIATSIYU HALYCHYNY» та значної кількості інших своєрідних проектів [4, с. 7 – 22].

На сьогоднішній день термін холдинг є багатоаспектним та історично обумовленим, тому ним позначають групи або об'єднання підприємств, в яких їх учасники знаходяться в економічній залежності та у відносинах контролю – підпорядкування від одного з учасників. Першою самостійною ознакою холдингу варто назвати спеціальний суб'єктний склад. Так, одне з підприємств називають головною, керуючою материнською або холдинговою компанією. Наступною важливою ознакою холдингу виступає складність та різноманітність структури. Так, виділяють прості холдинги, тобто такі, що являють собою холдингову компанію і одне або декілька контрольованих ним дочірніх товариств (про яких говорять, що вони один до одного є «сестринськими» компаніями), та складні холдингові структури, в яких дочірні товариства самі виступають в якості материнських компаній щодо інших компаній [5, с. 145 – 152].

Аналіз дослідження теоретичних матеріалів з сутності холдингової форми організації міжнародного бізнесу виявив: сукупність переваг організаційно-управлінської, ринково-конкурентної, технологічно-інноваційної природи зумовлює кількісне збільшення ТНК як форми підприємницької діяльності, а також розширення поля їхнього господарювання. Виокремлюючи основні тенденції розвитку міжнародних холдингів в сучасній економіці, слід зауважити зростання частки компаній, що працюють у секторі послуг, та посилення активності потужних холдингів, заснованих в країнах, що розвиваються [6, с. 64-69].

Аналізуючи умови створення та функціонування Холдингу емоцій «!FEST», різноманітні проекти, як наприклад, Фестиваль крафтового пива та музики з вінілів, виникає питання, що саме являє собою крафтова продукція?

Існує LOCAL to GLOBAL – спеціалізована бізнес-платформа, де виробники фермерської та крафтової продукції отримують можливість: презентувати власну продукцію; знайти нових клієнтів; розширити ринки збуту; дізнатися про дієві інструменти масштабування бізнесу від провідних експертів галузі (урядові програми розвитку, міжнародні грантові, інвестиційні проекти та фінансові можливості). LOCAL to GLOBAL

відбудеться в рамках міжнародної виставки ефективних рішень для агробізнесу «АгроКомплекс 2019».

Головна мета організаторів виставки – сприяти доступу малих та середніх виробників якісної продукції до глобального ринку. Збираючи виробників продукції в одному місці, організатори презентують багатство українського народу, його колоритність та прогресивність. Популяризуючи локальні бренди формують нові торговельні можливості як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Адже LOCAL to GLOBAL створений, щоб відкрити світу національних виробників [7, с. 1].

Список літератури

1. Коллінз Дж., Хансен М. Т. Величні за власним вибором. К.: Наш Формат, 2014. 384 с.
2. Коул Б. Як здобувати друзів і впливати на людей у цифрову еру / Пер. з англ. Я. Гордієнка. К.: Країна Мрій, 2012. 256 с.
3. Копитько О. О. Менеджмент змін при впровадженні проектно-орієнтованого управління в організаціях. *Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр.* Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля. 2010. № 3 (35). С. 5 – 10.
4. Ославський Б. 10 успішних українських брендів. Брустурів: Дискурсус, 2017. 192 с.
5. Ібрагімова Н. В. Історико-правові аспекти визначення поняття холдингу. *Юридичний вісник.* 2018. № 3 (48). С. 145 – 152.
6. Зеліч В. В. Холдинги як структуроутворююча форма ведення міжнародного бізнесу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2015. Випуск 69 С. 64 – 69. URL: <http://global-national.in.ua/issue-6-2015>.
7. LOCAL to GLOBAL: від локальних фермерів до глобальних ринків. URL: [http://www.agrocomplex.kiev.ua/section/local-to-global/LOCAL to GLOBAL](http://www.agrocomplex.kiev.ua/section/local-to-global/LOCAL%20to%20GLOBAL).

УДК 338.48

Филиппова Т. В.

м. э. н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,

Будурян Т. А.

м. э. н., ст. преподаватель кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

**ГОСТИНИЧНАЯ ИНДУСТРИЯ КАК ВИД
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В настоящее время в Республике Беларусь сфера туристических услуг является одним из перспективных секторов экономики.

Одним из основных направлений туристской деятельности является решение вопросов, связанных с обеспечением туристов средствами размещения.

Строительство новых средств размещения существенно повышает привлекательность туристского направления, увеличивает поток туристов. Высокий сервис предоставления услуг по размещению определяет также такие психологические аспекты туризма, как удовлетворенность путешествием и высокая оценка организации пребывания туристов в той или иной стране [1, с. 45]. В многообразии имеющихся средств размещения особое место принадлежит гостиничной индустрии.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.п. К этой деятельности относятся и услуги ресторанов.

Основные черты, характеризующие гостиничную индустрию как элемент экономики страны: имеет индустриальную форму; выступает в виде гостиничного продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться; создает новые рабочие места,