

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
82 НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ВИКЛАДАЧІВ УНІВЕРСИТЕТУ

Одеса 2022

Наукове видання

Збірник тез доповідей 82 наукової конференції викладачів університету
26 – 29 квітня 2022 р.

Матеріали, занесені до збірника, друкуються за авторськими оригіналами.
За достовірність інформації відповідає автор публікації.

Рекомендовано до друку та розповсюдження в мережі Internet Вченою радою
Одеського національного технологічного університету,
протокол № 13 від 24.05.2022 р.

Під загальною редакцією Заслуженого діяча науки і техніки України,
Лауреата Державної премії України в галузі науки і техніки,
д-ра техн. наук, професора Б.В. Єгорова

Укладач Т.Л. Дьяченко

Редакційна колегія

Голова

Єгоров Б.В., д.т.н., професор

Заступник голови

Поварова Н.М., к.т.н., доцент

Члени колегії:

Безусов А.Т., д-р техн. наук, професор
Бурдо О.Г., д-р техн. наук, професор
Віннікова Л.Г., д-р техн. наук, професор
Гапонюк О.І д-р техн. наук, професор
Жигунов Д.О., д-р техн. наук, професор
Іоргачова К.Г д-р техн. наук, професор
Капрельянц Л.В., д-р техн. наук, професор
Коваленко О.О., д-р техн. наук, професор
Косой Б.В., д-р техн. наук, професор
Крусір Г.В., д-р техн. наук, професор
Мардар М.Р., д-р техн. наук, професор
Мілованов В.І., д-р техн. наук, професор
Павлов О.І., д-р екон. наук, професор
Плотніков В.М., д-р техн. наук, професор
Станкевич Г.М., д-р техн. наук, професор
Савенко І.І., д-р екон. наук, професор
Тележенко Л.М., д-р техн. наук, професор
Ткаченко Н.А., д-р техн. наук, професор
Ткаченко О.Б., д-р техн. наук, професор
Хобін В.А., д.т.н., професор
Хмельнюк М.Г., д-р техн. наук, професор
Черно Н.К д-р техн. наук, професор

Ефективність внутрішніх бізнес – комунікацій забезпечується через чіткий розподіл обов'язків, повноважень і відповідальності структурних підрозділів, дотримання службової етики, використання сучасних засобів зв'язку, врахування перепон, виникають між каналами обміну інформацією [2].

Внутрішні бізнес – комунікації поєднані тісним зв'язком із системою мотивації персоналу.

Систему мотивації персоналу можна поділити, окрім матеріальної та нематеріальної на формальну та неформальну. Формальна система мотивації підтверджується низкою супровідних документів таких як: наказ на преміювання або оголошення догани. Неформальна система мотивації супроводжує весь процес спілкування, що відбувається у трудовому колективі, особливо між підлеглими та керівництвом.

У цьому випадку великого значення набуває вміння керівництва заохочувати до продуктивної праці своїх підлеглих через:

- визнання їх особистого внеску у досягненнях колективу закладу;
- коректному підході при обговоренні сильних та слабких сторін працівників;
- наявності вміння «надихати» на плідну співпрацю;
- заохочення ініціативності працівників до висловлювання власних думок;
- побудові процесу спілкування на взаємоповазі.

При побудові як вертикальної, так і горизонтальної комунікації необхідно пам'ятати про важливість правильного вибору засобу комунікації. Сьогодні все більшої популярності набувають електронні засоби зв'язку, не зважаючи на зручність, доступність та економію часу, не можна заперечувати, що ефективність прямої комунікації (індивідуального спілкування) поряд з політикою відкритих дверей набагато вища ніж при непрямій комунікації.

Література

1. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький. 2011. – № 6, Т. 2. – С. 51-54.
2. Носач Л.Л., Величко К.Ю. Дослідження сучасного ринку маркетингових комунікацій. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/esprstp_2012_2_32.pdf. (дата звернення: 27.03.2022)

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

**Соколюк К.Ю., к.е.н., доцент, Донець Л.Я., к.т.н., доцент,
Мунтян І.В., канд. соціол. наук, старший викладач, Долинська О.О., асистент
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Останнім часом все більше уваги приділяють такому виду підприємництва як соціальне. Визначень даного поняття у навчальній та навчально-методичній літературі наразі є досить багато. Всі вони зводяться до одного – соціальне підприємництво передбачає поєднання процесу вирішення соціальних проблем із отриманням суб'єктом підприємництва прибутку. По суті, це унікальна в сучасних умовах можливість поєднання двох напрямів: вирішення соціальних проблем та отримання економічних вигід.

Раніше вважалося, що досягнення соціального ефекту, як кінцевого результату, не має на меті отримання економічних вигід. Зазвичай, соціальним підприємництвом ми називали лише той бізнес, що направляє певну частину власних прибутків на вирішення конкретної соціальної проблеми. Але, як свідчить досвід, це не зовсім так.

Соціальні підприємства – це організації різних сфер діяльності, форм власності та головне – способів вирішення соціальної проблеми [1]. Такими компаніями можуть бути різні суб'єкти господарювання (рис. 1):

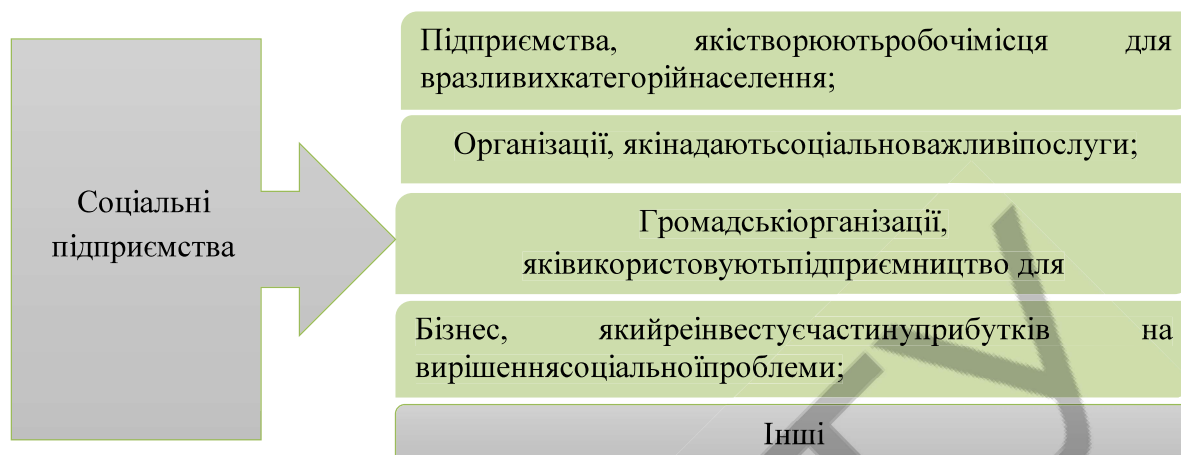


Рис. 1 – Соціальні підприємства

Будь-який бізнес у своїй діяльності має певні складові, за якими є можливість визначити його соціальний напрямок. Зокрема, соціальне підприємництво має такі, притаманні лише йому, ознаки [1]:

- Направлене на вирішення соціальних проблем;
- Несе значущі для конкретної громади цінності;
- Є по своїй природі самоокупним підприємством;
- Таке підприємство має конкретну соціальну мету;
- Є інноваційно спрямованим у вирішенні певної соціальної проблеми;
- До своєї роботи залучає громаду;
- У роботі зберігає підприємницький підхід;
- Здійснює позитивний соціальний вплив [1].

Особливою та відмінною ознакою є те, що для соціального підприємництва характерний баланс: чітка та прорахована бізнес-модель та соціальна складова, що розв'язує проблеми громади або вразливої групи населення, або екологічні потреби за допомогою грошей з бізнесу [2].

Варто пам'ятати, що соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес – це одне й те ж саме. Зокрема, соціальне підприємництво спрямовує весь свій прибуток на вирішення соціальних чи екологічних питань і, як правило, створюється саме з цією метою, а соціально-відповідальний бізнес – може лише частину свого прибутку скерувати на потреби громади [2].

Задля розвитку даного напрямку в Україні діє «Соціальне підприємництво: досягнення соціальних змін за ініціативою «знизу» – наймасштабніший в Україні проект із розвитку соціального бізнесу [3]. Спрямованість даного проекту це розвиток професійного потенціалу соціальних підприємців, формування суспільної думки, побудова екосистеми для розвитку. Періодом реалізації даного проекту було – 1 березня 2018 – 31 жовтня 2020. Результатом є створення socialbusiness.in.ua – інтерактивної онлайн-платформи та сприяння розвитку професійного потенціалу. Окрім того, розвитку соціального підприємництва сприяє й Українська соціальна академія (УСА), яка допомагає людям та надихає їх втілити ідеї соціальних змін у бізнес, що стабільно зростає, за допомогою освітніх курсів і менторів, котрі діляться здобутим у бізнесі досвідом [4]. УСА за підтримки державно-приватного партнерства, підприємницьких ініціатив та соціальної відповідальності бізнесу створила перший інноваційний соціальний кластер задля соціальних стартапів, щоб розвивати соціальне підприємництво в Україні.

Отже, можемо підсумувати, що **соціальне підприємництво** – це діяльність, прибутки від якої спрямовуються не лише на виплату заробітної плати та фінансове збагачення, але й на вирішення соціальної проблеми.

Варто пам'ятати, що на сьогодні соціальну складову необхідно розглядати з позиції конкурентної переваги соціального підприємництва над іншими видами бізнесу. Її слід використовувати при розробці маркетингової стратегії та у ході дослідження цільової аудиторії та поведінки споживачів. Тому що, якщо вірити дослідженням, майбутнє підприємницької діяльності – саме за соціальним підприємництвом, а тому саме зараз – найкращий час, щоб розпочати діяльність в даному напрямку.

Література

1. Соціальне підприємництво. Що це? URL: <https://fundraiser.games/news/socalne-pdprimnictvo-shcho-ce/>
2. Соціальне підприємництво: міфи та реальність URL: <https://www.prostir.ua/?news=sotsialne-pidpryjemnytstvo-mify-ta-realnist>
3. Соціальне підприємництво в Україні. URL: <https://socialbusiness.in.ua/>
4. Українська соціальна академія. URL: <https://social-academy.com.ua/about/>

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИНОРОБРОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Агєсва І.М., к.е.н., доцент, Ніколюк О.В., д.е.н., професор, Коренман Є.М., ст. викл.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Виноробство є однією з провідних галузей харчової промисловості України. Національні виробники мають багаторічні традиції виготовлення високоякісного вина, яке високо оцінюється не тільки на внутрішньому ринку, а й за кордоном. Разом з тим, у виноробній галузі відзначається низка негативних тенденцій, які загрожують не просто ефективному її функціонуванню, а й перспективам розвитку. Так, за період 2010–2021 рр. обсяги виробництва виноматеріалів скоротилися більш ніж на 50 %; обсяги виробництва натуральних виноградних вин – майже на 80 %; зменшилася частка продукції власного виробництва у торговельній мережі; експорт виноградних вин скоротився більш швидкими темпами, ніж імпорту; спостерігається ситуація, коли обсяги виробництва вин скорочуються, а рівень їх споживання залишається відносно стабільним та ін [1]. Зазначені негативні тенденції пов'язані з дією низки чинників, серед яких слід назвати: зменшення площ насадження винограду та збільшення їх зрідженості; анексія Криму, внаслідок якої втрачено потужності з вирощування винограду і низка підприємств з розливу вина, що скоротило попит на продукцію виноградарства Одеської та Миколаївської областей; сортова невідповідність та недостатня якість винного матеріалу; падіння купівельної спроможності населення і втрата ринку збуту в зоні антитерористичної операції в Донецькій і Луганській областях; недосконалість державного регулювання виноградарства та виноробства в частині надмірності оподаткування, невпорядкованості дозвільних та технічних вимог тощо.

Регулювання галузевого розвитку за сучасних умов потребує урахування специфіки функціонування галузі, а також чинників успіху, характерних для кожної окремої галузі, які визначають основні напрями та характер розвитку її підприємств у майбутньому. Розглядаючи виноробні підприємства слід зазначити, що їх господарська діяльність напряму залежить від характерних особливостей виноробної галузі, які визначаються загальними тенденціями переробної промисловості. Важливою особливістю господарської діяльності

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В ПРОЦЕСІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ Колеснікова К.С.	341
ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТІВ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ Мануїлова К.В., Пурцхванідзе О.В.	342
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ Левчук Ю.С., Мироненко Б.В.	344
СУБСИДІАРНІСТЬ ЯК КОНСТИТУЮЮЧИЙ ПРИНЦИП ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ Мужайло В.Д., Мужайло С.В.	346

СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ЩОДО ЗАМОРОЖЕНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ Памбук С.А., Мардар М.Р., Солоницька І.В.	348
СЕКМЕНТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ВИННОГО ТУРИЗМУ Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Ткаченко Т.А.	350
АГРОПРОДОВОЛЬЧИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ Бахчиванжи Л.А., Євтушок О.В., Значек Р.Р.	352
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ Лозовська Г.М., Значек Р.Р.	353
ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ВНУТРІШНІХ БІЗНЕС – КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА Савченко Т.В.	356
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ Соколюк К.Ю., Донець Л.Я., Мунтян І.В., Долинська О.О.	357

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИНОРОБРОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Агєєва І.М., Ніколюк О.В., Коренман Є.М.	359
ВПЛИВ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ Дроздова В.А.	361
СУЧАСНА СИСТЕМА КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Дьяченко Ю.В., Коренман Є.М., Бондар В.А.	362
ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ Каламан О.Б., Мандрикіп Д.В.	363
ОЦІНЮВАННЯ ТА АТЕСТАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК СКЛАДОВІ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ Козак К.Б.	365
ПІДВИЩЕННЯ ОСОБИСТОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ: ЯК РОЗУМІТИ ТА З ЧОГО ПОЧИНАТИ Корсікова Н.М.	367
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ Савенко І.І., Седіков Д.В.	369
УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС ЛИШЕ НА 50 % ВИКОРИСТОВУЄ НАЯВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ НА ЕКСПОРТ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ Ткачев В.А.	371
АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ ТА МЕХАНІЗМ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ НА ПІДПРИЄМСТВІ Седікова І.О.	372

СЕКЦІЯ «ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ФІНАНСОВИХ ОПЕРАЦІЙ»

ФОРМАТ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ Ткачук Г.О., Іванченкова Л.В., Скляр Л.Б.	374
ДІДЖІТАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ Євтушевська О.О.	376
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ Маркова Т.Д., Пчелянська Г.Б., Славута О.Ю.	377
ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ХАРЧОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ Іванченкова Л.В., Ткачук Г.О., Скляр Л.Б.	379