

**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

перевезення. Пізніше до них приєднались Молдова, Румунія, Естонія, Австрія, Німеччина, Угорщина, Турція, Болгарія. Деякі з країн додатково звільнили українських перевізників від оплати дорожніх зборів на автомагістралях та швидкісних дорогах, а згодом ще більш спростили документообіг, дозволив здійснювати усі двосторонні та транзитні перевезення без дозволів.

Інформаційна логістика постійно зазнає змін, підтримуючи всі інші види логістики. Зараз можливо стверджувати, що пандемія коронавірусу певним чином допомогла Україні підготуватись до роботи у військовому стані. Ті зміни, що відбулись за останні 1,5 роки у цифровізації інформаційних потоків зараз суттєво допомогли підприємствам та державі; багато хто з працівників працює віддалено в Україні та навіть із-за кордону продовжуючи бути корисним для своєї держави та компанії. Це дозволило не припиняти роботу багатьох підприємств.

Таким чином, незважаючи на важкий стан економіки, скорочення виробництва та інші негативні економічні процеси, перезапуск всієї бізнес-інфраструктури за умови припинення військових дій можливий у досить обмежений час. Для цього потрібна віра та праця.

### **Література**

1. Офіційний сайт Асоціації міжнародних автомобільних перевізників України.  
URL: <http://www.asmap.org.ua/>
2. Хавунка Т. Українська економіка під час війни. Що далі? Економічна правда. 15.04.2022 URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/15/685810/>

## **СУЧАСНА СИСТЕМА КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Дьяченко Ю.В., к.е.н. доцент, Коренман Є.М., ст. викладач,**

**Бондар В.А., к.е.н. ст. викладач**

**Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Загострення конкуренції в умовах ринкової економіки змушує підприємства більш ефективно розробляти та впроваджувати інноваційні засоби сучасних комунікацій, на основі яких вони зможуть підвищити рівень управління власною конкурентоспроможністю.

Комунікацію можна визначити як форму зв'язку, як один із проявів інформаційного обміну або обміну інформацією між живими істотами у процесі їх безпосереднього спілкування за допомогою технічних засобів. Дослідження показують, що керівник 50-90% усього часу витрачає на комунікації. Це здається дуже багато, але стає зрозуміло, якщо врахувати, що керівник займається цим постійно, щоб реалізувати свої ролі у міжособистих відносинах, інформаційному обміні в процесах прийняття рішень, в плануванні, організації, мотивації та контролі. Через те що обмін інформацією входить в усі види управлінської діяльності, комунікацію називають пов'язуючим процесом, що поєднує частини організації в єдине ціле. Тому, якщо усунути комунікацію, то організація перестане бути керованою, її діяльність набуває хаотичного, нескоординованого характеру.

Серйозною перешкодою у налагодженні ефективних комунікацій в ділових організаціях є авторитарне відношення адміністрації до підлеглих, нечіткість або небажання керівників виконувати свої обов'язки, відсутність здорової атмосфери у розробці ділової політики і мотивації для спілкування працівників між собою, неправильне визначення прав і відповідальності, страх керівників і підлеглих за наслідки при передачі надто відвертої інформації тощо. До суб'єктивних факторів, що знижують ефективність контактів між окремими працівниками, слід віднести той факт, що люди, які обмінюються інформацією, по-різному тлумачать однакові поняття, мають неоднаковий рівень знань, перебувають у

різному емоційному стані тощо. Тому в процесі спілкування і передачі інформації виникають перешкоди, спотворення інформації, непорозуміння, уповільнення інформаційного процесу тощо. До того ж потрібно мати на увазі, що одержувачі інформації сприймають насамперед ту інформацію, яку вони сподіваються одержати та іноді ігнорують дані, які суперечать уявленням, які у них склалися [1].

Комунікації зі споживачами відіграють важливу роль у сучасних ринкових відносинах і переорієнтація на індивідуальний маркетинг змушує підприємства адаптуватись до нових умов навколишнього середовища. Задоволення потреби у більш індивідуальному обслуговуванні споживачів потребує використання сучасних методів збуту. Одним із сучасних напрямів прямого маркетингу є продаж продукції через Інтернет-каталоги розміщені на сайті підприємства.

TTL-комунікації підприємства мають включати:

- корпоративний веб-сайт підприємства;
- пошуковий маркетинг (SEM);
- оптимізацію сайту у пошукових системах (SEO);
- соціальний медіа маркетинг (SMM);
- контекстну та медійну рекламу;
- прямий маркетинг з використанням email-розсилки;
- вірусний, партизанський, прицільний маркетинг.

Для постійної залученості споживачів у діяльність підприємства доцільно удосконалювати сайт підприємства можливістю інтерактивного зв'язку зі споживачами, який буде викликати відчуття професійності, зручності та довіри. Пропонується використання сучасних методів привернення уваги споживачів (нейромаркетинг, SMART вебсайт-концепт, діджитал-сторітеллінг, візуальний контент, маркетингова автоматизація) [2].

Впровадження візуального контенту має створювати більш ефективний контакт зі споживачами на основі візуалізації пропозиції. Це можуть бути відео-презентація підприємства, відео звернення до споживачів, репортажі, живі трансляції, анімація, відео рекомендації – все те, що концентрує увагу споживача і сприяє його задоволенню.

### **Література**

1. Пахуча Е. В. Застосування інструментів маркетингових комунікацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємств. Агросвіт. – 2020. – № 19-20. – С. 82–89.
2. Creativity.ua: [Інтернет-портал]. Комунікаційні тренди-2020: візуалізація, діджиталізація, креатив. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/komunikatsiini-trendy-2020-vizualizatsiia-dydzhitalizatsiia-kreatyv/> (дата звернення: 12.04.2022).

## **ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

**Каламан О.Б., д.е.н., проф., Мандрикін Д.В., асистент  
Одеський національний технологічний університе, м. Одеса**

Для розробки методологічних підходів до управління людським капіталом підприємства необхідно враховувати існуючі методологічні інструменти та принципи як найбільш ефективні рішення, накопичені теорією та практикою управління.

Нині, завдяки сучасним теоріям управління, категорію людського капіталу переведено із зони неокласичної економіки праці у площину корпоративного управління. У багатьох розглянутих дослідженнях категорію людського капіталу підприємства ототожнюють з людськими ресурсами, що, в свою чергу, призводить до методологічних протиріч, внаслідок заміни одного поняття іншим відбувається дублювання функцій в управлінні персоналом та включення деяких елементів, які є чужорідними для теорії людського капіталу.

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

### **СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ»**

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

### **СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ І ЛОГІСТИКА»**

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

### **СЕКЦІЯ «ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ФІНАНСОВИХ ОПЕРАЦІЙ»**

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