

Міністерство освіти і науки України /  
Ministry of Education and Science of Ukraine  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана» / SHEI “Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman”

# **ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА**

# **ENTERPRISE ECONOMICS: THEORY AND PRACTICE**

**Збірник матеріалів / Proceedings  
VIII Міжнародної науково-практичної конференції /  
VIII International Scientific and Practical Conference**

**м. Київ / Kyiv  
12-13 жовтня 2020 р. / October 12-13, 2020**

**Оргкомітет конференції**

**Лук'яненко Д.Г.** – ректор ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», доктор економ. наук, професор, (м. Київ, Україна); **Рєпіна І.М.** – доктор економ. наук, професор, завідувач кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Лігоненко Л.О.** – доктор економ. наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Швиданенко Г.О.** – кандидат економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Заблодська І.В.** – доктор економ. наук, професор, Директорка Луганської філії ДУ «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова НАН України» (Україна); **Ляшенко О.М.** – доктор економ. наук, професор, директор навчально-наукового інституту менеджменту та освіти для дорослих Університету «КРОК» (м. Київ, Україна); **Захарін С.В.** – доктор економ. наук, професор, ст. наук. співробітник, громадська організація «Науково-дослідний інститут економічного розвитку» (м. Київ, Україна); **Польовий М.А.** – доктор політичних наук, професор, головний редактор журналу «Evropský politický a právní diskurz» (Чеська Республіка); **Гончарук А.Г.** – доктор економічних наук, професор, проректор Міжнародного гуманітарного університету (м. Одеса, Україна); **Матвійчук А.В.** – доктор економ. наук, професор, генеральний директор «Науковий парк Київського національного економічного університету» ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Лаврененко В.В.** – кандидат економ. наук, доцент, директор Інституту інноваційного підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Me-dea Kavtaradze** - доктор екон. наук, професор, професор факультету бізнесу та управління Батумської державної морської академії (м. Батумі, Грузія); **Стеценко І.П.** – доктор економіки, професор, проректор з науки Балтійської Міжнародної Академії; **Дьоміна О.М.** – кандидат економічних наук, виконавчий директор ГО «Об'єднання маркетологів України»; **Будяєв М. О.** – кандидат економ. наук, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна); **Смирнов Є. В.** – кандидат економ. наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» (м. Київ, Україна).

*Матеріали друкуються в авторській редакції.*

*Рекомендовано Вченою радою*

*ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"*

*Протокол № 3 від 29 жовтня 2020 року*

**Е45** Економіка підприємства: теорія та практика: Зб. Матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс]. — К.: КНЕУ, 2020. 153 с.  
ISBN 978-966-926-354-4

Ідентифіковано сучасні трансформаційні виклики та технологічні тренди, які постають у бізнес-середовищі майбутнього; охарактеризовано сучасні концепції та інструменти управління організаціями; визначено інноваційні підходи в менеджменті; уточнено ефективні стратегії управління людськими ресурсами; обґрунтовано особливості сучасних зовнішніх викликів менеджменту та окреслено майбутні перспективи розвитку бізнес-організацій.

**УДК 005(06)**

# ЗМІСТ

## Секція 1

<i>Базарна О. В.</i> Економіка підприємств житлово-комунальної галузі .....	7
<i>Бігунов-Новіков Л.Ю.</i> Природа виникнення сітєвих бізнес-структур з позицій ресурсних теорій.....	10
<i>Волохова Г. Л.</i> Тракткування поняття ідентичності в організаційному контексті .....	12
<i>Востряков О.В.</i> Місце патентного пошуку при прийнятті стратегічних рішень.....	14
<i>Галамага М. В., Старіков О. Ю.</i> Виробнича диверсифікація аграрних підприємств та її вплив на рентабельність діяльності.....	16
<i>Гречана С. І.</i> Місце ідентифікації отг в сучасній регіональній аналітиці .....	19
<i>Дем'яненко Б. С.</i> Маркетингові дослідження: засади методології.....	21
<i>Дем'яненко С.І., Чуприна К.О.</i> Сучасні тренди розробки маркетингових програм для аграрних підприємств .....	23
<i>Долгова Л. І.</i> Актуальні питання розвитку соціального капіталу організацій.....	25
<i>Єрмак Д. М., Бойченко К. С.</i> Підвищення ефективності корпоративної культури підприємства .....	27
<i>Заблодська І. В., Ромахова О. О.</i> Адміністрування розвитку громад: анкетування лідерів .....	29
<i>Клименко С. М., Кужель Ю. В.</i> Формування конкурентоспроможної стратегії управління підприємством в умовах невизначеності .....	31
<i>Кужель В. М., Кузьменко Д. Є.</i> Використання підходів сталого розвитку в управлінні підприємствами .....	33
<i>Кужель М. Ю., Павліченко В. Ю.</i> Особливості використання підприємницької моделі розвитку .....	35
<i>Кузьменко О. М., Плетньов М. В., Кузьменко Д. О.</i> Результати еспрес-оцінки бізнесу-клімату на сході України .....	37
<i>Мельникова О. А.</i> Розвиток соціального підприємництва в Україні .....	40
<i>Мислюк В. С.</i> Організаційні форми корпоративного підприємництва: теоретичне підґрунтя.....	42
<i>Оберемчук В. Ф., Дехтяр О. В.</i> Формування та розвиток успішного бренду роботодавця .....	44
<i>Паздрій В. Я.</i> Підготовка соціальних підприємців у системі формальної освіти .....	47
<i>Пивоварова І. М.</i> Формалізація неявних знань в компаніях професійних послуг .....	49
<i>Рогозян Ю. С., Татарченко О. М.</i> Позиціонування об'єднаних територіальних громад як інструмент забезпечення інноваційного розвитку економіки України .....	51
<i>Садовник О. В.</i> Агротрейдинг як невід'ємна складова розвитку економіки підприємств агробізнесу.....	53
<i>Серебряк К. І., Белоусова Л. І.</i> Польові дослідження на Донбасі задля розвитку економіки громад.....	55
<i>Швидка О. П.</i> Особливості бізнес-моделі компаній креативних індустрій .....	57

## Секція 2

<i>Лігоненко Л. О., Демченко О. В.</i> Впровадження талант-менеджменту як ключовий фактор успішного розвитку підприємства.....	59
<i>Ковтун В. П.</i> Глобальні економічні перспективи в постпандемічному світі.....	62
<i>Кубарева І.В.</i> Особливості застосування Agile підходу до проєктів розробки нових освітніх продуктів.....	65

<i>Кудлай В. Г.</i> Сучасні тенденції в розвитку агроінновацій .....	67
<i>Лаврененко В. В., Петренко Л. А.</i> Формування екосистем академічного підприємництва на засадах створення та капіталізації інтелектуальних активів .....	69
<i>Литюга Ю. В., Корощенко Ю.М.</i> Активізація інноваційних процесів сучасних підприємств.....	71
<i>Репіна І.М.</i> Емерджентний потенціал та інноваційна активність: дуальність сприйняття.....	73
<i>Стасовський Ю.В.</i> Дизайн-мислення як нова парадигма інноваційного підприємництва .....	75
<i>Терентьєва О.В., Тисяк І. М.</i> Розвиток підприємств креативної індустрії .....	77
<i>Тонюк М.О., Васькевич Є. Ю.</i> Активізація інноваційного розвитку підприємств через призму досвіду розвинених країн.....	79
<i>Шевченко І. В.</i> Просторове управління об'єднаних територіальних громад: інноваційний механізм розвитку .....	82
<i>Шергіна Л.А., Жемба А.Й.</i> Інформаційний вектор системи управління корпорацією в умовах світових змін.....	84

### Секція 3

<i>Будяєв М.О.</i> Трансформація підприємств до діджитал середовища.....	86
<i>Голіонко Н.Г., Соболева Т.О.</i> Сучасні технологічні тренди розвитку INDUSTRY 4.0 .....	88
<i>Kavtaradze Medea, Nataliia Revutska.</i> Крос-секторальний розвиток розумних технологій: енергетика, логістика, туризм.....	90
<i>Кукоба В. П., Кукоба А. В.</i> Роботи в театрі. Чи потрібно це нам? .....	93
<i>Лезіна А.В., Борей А.А.</i> Діджиталізація бізнес-процесів сучасного підприємства.....	95
<i>Лезіна А.В.</i> Цифрова трансформація економіки в умовах пандемії.....	97
<i>Плющ О.Б., Петрова Д.С., Оберемчук В.Ф.</i> Підсистема збору, зберігання і аналізу даних як засіб підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.....	99
<i>Шульга О. А.</i> Цифровізація сільського господарства: нові можливості та перспективи.....	101

### Секція 4

<i>Башук І.В.</i> Теоретичні аспекти процесного моделювання діяльності бізнес-структур .....	104
<i>Гончарук А. Г., Ляшенко-Щербакова В.В.</i> Управління ефективністю діяльності фармацевтичних компаній.....	106
<i>Смирнов Є. Є., Швиданенко Г.О.</i> Особливості масштабування бізнес-процесів в бірюзових організаціях.....	109

### Секція 5

<i>Бойченко К.С.</i> Екосистема великих даних і бізнес-аналітики в процесі інтегрованого розвитку підприємства .....	111
<i>Вострякова В.Ю., Махова Г.В.</i> Методичні засади аудиту об'єктів інтелектуальної власності підприємства .....	113
<i>Магдалюк О.В.</i> Аналітичні процедури фундаментально-вартісного аналізу вартості підприємства .....	115
<i>Мельник О.В.</i> Наукове впорядкування методологічних підходів до оцінювання капіталізації підприємств.....	117
<i>Теплюк М.А.</i> Трансформація ідеї в бізнес-ідею .....	119
<i>Ульченко А.М., Кизенко О.О.</i> Особливості формування витрат інжинірингової компанії .....	121
<i>Шевченко Я.О., Кизенко О.О.</i> Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства .....	126
<i>Шевчук Н.В.</i> Взаємопов'язані категорії Business Intelligence та бізнес-аналітика .....	126

## Секція 6

<i>Гумега В.В.</i> Тенденції розвитку аналізу інвестиційних проєктів.....	127
<i>Кузьменко О.М., Потьомкіна О.В.</i> Оцінка інвестиційної привабливості підприємства.....	129
<i>Малярчук О.Г., Муха Н.В.</i> Сучасні підходи щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств в сфері торгівлі.....	131
<i>Омельяненко Т.В., Горшкова О.О.</i> Диверсифікація як одна зі стратегій забезпечення конкурентоспроможності лізінгової компанії.....	133
<i>Якубова К.В.</i> Фактори успіху в управлінні нематеріальними активами.....	135
<i>Ямненко Г.Є., Поночовна А.О.</i> Вибір джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства.....	137

## Секція 7

<i>Дем'яненко С.І., Сас О.О.</i> Агрохолдинги як ефективні бізнес-проєкти в агробізнесі.....	139
<i>Захарін С.В., Смирнов Є.В.</i> Особливості тарифоутворення на енергію в Україні та ЄС.....	141
<i>Лігоненко Л.О., Коваль А.І.</i> Трансформація бізнес-моделі підприємства в умовах циркулярної економіки.....	144
<i>Коцюба О.С., Чухраєва Н.М.</i> Передумови та проблеми реалізації проєктів у сфері біогенових технологій в Україні.....	146

## Секція 8

<i>Кузьомко В.М.</i> Безпека бізнесу в сучасних реаліях економіки.....	148
<i>Смирнов Є.В., Дудник М.О.</i> Передумови виникнення фінансової відповідальності та реабілітації.....	150

JEL M31, P25, P41, R11

**Рогозян Юлія Сергіївна**

д.е.н., заступник завідувача відділу проблем міжрегіонального співробітництва, Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова НАН України», м. Київ, Україна  
ORCID 0000-0001-5325-4213

**Татарченко Олена Миколаївна**

к.е.н., завідувача кафедрою економіки та підприємництва, Інститут хімічних технологій Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля м. Рубіжне, Україна  
ORCID 0000-0002-1753-7272

**ПОЗИЦІОНУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Анотація.** У дослідженні обґрунтовано важливість позиціонування об'єднаних територіальних громад з метою забезпечення інноваційного розвитку країни в цілому. Наголошено на сформованих передумовах позиціонування локальних територій України. Представлено складові теоретико-методичної архітекtonіки локального маркетингу в контексті зміцнення конкурентних позицій об'єднаних територіальних громад.

**Ключові слова:** позиціонування, об'єднані територіальні громади, інноваційний розвиток, економіка, інструмент, конкурентоспроможність

e-mail: j.s.rohozian@gmail.com

**Rohozian Yuliia Serhiivna**

Dr. Econ. (Sci), Deputy Head of the Department of Interregional Cooperation Problems, State Institution "V.K. Mamutov Institute of Economic and Legal Research of the NAS of Ukraine", Kyiv, Ukraine

**Tatarchenko Olena Mykolaivna**

Cand. Econ. (Sci), Head of the Department of Economics and Entrepreneurship, Institute of Chemical Technologies of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University Rubizhne, Ukraine

**POSITIONING OF AMALGAMATED TERRITORIAL COMMUNITIES AS A TOOL FOR ENSURING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UKRAINE**

**Abstract.** The research substantiates the importance of the amalgamated territorial communities positioning in order to ensure the innovative development of the country as a whole. The prevailing preconditions for the positioning of local territories of Ukraine are noted. The components of the theoretical and methodological architectonics of local marketing in the context of strengthening the competitive position of the amalgamated territorial communities are presented.

**Keywords:** positioning, amalgamated territorial communities, innovative development, economy, instrument, competitiveness

---

З кожним роком все частіше розглядаються питання макроекономічного розвитку країн світу крізь призму сучасної теорії глокалізації, де першочергова роль відводиться впровадженню інноваційних підходів до забезпечення добробуту адміністративно-територіальних одиниць місцевого (локального) рівня. Для нашої країни дані аспекти постають вкрай важливими, оскільки імплементація компонентів децентралізаційної реформи обумовила суттєві зміни в її адміністративно-територіальному устрої [1, с. 12], сформувавши об'єднані територіальні громади (далі — ОТГ) та здійснивши укрупнення районів у регіональному розрізі. Безсумнівно, дані нововведення тільки посилюють тенденції локалізації на теренах нашої країни, спонукаючи ОТГ не лише досягати операційних цілей в рамках своїх стратегій розвитку, але й розглядати весь процес стратегічного планування території крізь призму інноваційності та конкурентоспроможності. Практика стратегічного планування локальних територій доводить, що вже недостатньо акцентувати увагу виключно на соціально-економічних показниках, реалії сьогодення змушують ОТГ працювати й над своїм позитивним іміджем, пізнаваним образом, який займатиме унікальне місце у свідомості внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів.

Відомо, що найвища концентрація фінансових та людських ресурсів спостерігатиметься на теренах економічно сильних (спроможних) ОТГ, унікальні характеристики яких можуть скластися в позитивний та привабливий образ, що яскраво відтіниться на фоні інших адміністративно-територіальних одиниць. Це спонукає українські громади все частіше зіставляти свої сильні й слабкі сторони у порівнянні з іншими, найчастіше, сусідніми територіями. Формування позитивного іміджу ОТГ не тільки посилить їх внутрішні конкурентні позиції, а відтак — виступить дієвим інструментом на шляху до забезпечення розвитку економіки всієї України.

Закордонні вчені [2; 3] досить широко досліджували питання теоретико-методичної архітекtonіки локального маркетингу, акцентуючи увагу на використанні таких інструментів як SWOT-аналіз, аналіз маркетингового середовища території [2, с. 122-123], сегментація спо-

живачів [3, с. 600–603]. Найбільш сучасним та інноваційно привабливим інструментом територіального маркетингу вважається позиціонування, що об'єднує в собі всі вищеперераховані компоненти та постає невід'ємною стратегічною та інноваційною складовою розвитку території, яка спрямована на зміцнення її конкурентних позицій за допомогою створення у потенційних споживачів бажаних стимулів до використання його як місця проживання, провадження економічної діяльності чи відпочинку.

Аналіз закордонних і вітчизняних наукових праць свідчить про несправедливе заниження значущості процесу позиціонування територій, помилково вважаючи, що лише реалізація плану заходів в рамках стратегії розвитку громади або регіону здатна підвищити рівень його конкурентоспроможності. Але на практиці виявляється, що лише представники експертного та наукового середовища можуть оцінити динаміку змін соціально-економічного стану тієї чи іншої території, прості ж мешканці територій, як правило, не бачать та не відчують істотних зрушень.

Таким чином, завдяки ефективно розробленій та інноваційно впровадженій політиці позиціонування можна змінити негативне чи інертне сприйняття тієї чи іншої громади на позитивне та таке, що привертатиме увагу внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів, а також сприятиме інноваційному розвитку економіки всієї країни, що потребує подальших ґрунтовних досліджень.

### **Література**

1. Брендинг і маркетинг територій. У чому секрет найбільш успішних міст в Україні? Федерація канадських муніципалітетів / Проект міжнародної технічної допомоги “Партнерство для розвитку міст”, 2019. 58 с.
2. Жадько Е.А., Капустина Л.М., Романова Н.Ю. Позиционирование и брендинг образовательной организации: монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. 204 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга: 9-е изд. Пер. с англ. М.: Вильямс, 2003. 1200 с.

### **References**

1. Branding and marketing of territories (2019). What is the secret of the most successful cities in Ukraine? Federation of Canadian Municipalities / International Technical Assistance Project “Partnership for Urban Development”.
2. Zhadko, E.A., Kapustina, L.M., Romanova, N.Yu. (2016) Positioning and branding of an educational organization: a monograph. Ekaterinburg: Ural Publishing House. state econ. University.
3. Kotler, F., Armstrong, G. (2003) Fundamentals of Marketing: 9th ed. M.: Williams.

*Наукове видання*

# **Економіка підприємства: теорія та практика / Enterprise economics: theory and practice respects**

**Збірник матеріалів / Proceedings  
VIII Міжнародної науково-практичної конференції /  
VIII International Scientific and Practical Conference**

**12–13 жовтня 2020 р. / October 12–13, 2020**

*Видано в авторській редакції*

Підписано до друку 24.12.20. Формат 60×84/8  
Друк. арк. 6,42. Зам. № 20-5651

Державний вищий навчальний заклад  
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
03680, Україна, м.Київ, пр. Перемоги, 54/1  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)  
Тел./факс (044) 537-61-41; тел.(044) 537-61-44  
E-mail: [publish@kneu.kiev.ua](mailto:publish@kneu.kiev.ua)