



Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Мукачівська міська рада
Малопольський державний університет
імені Вітольда Пілецького в м. Освенцім (Республіка Польща)

**V МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Збірник тез доповідей



24 березня 2021 р.

УДК 336.13.025.12(477)(043.2)

Ф59

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 3 від 15 квітня 2021 року)*

Програмний комітет:

Щербан Тетяна Дмитрівна – ректор Мукачівського державного університету, доктор психологічних наук, професор.

Джоанна Стуглік – директор Інституту управління та виробничого машинобудування, Малопольський державний університет імені Вітольда Білецького, м. Освенцім.

Гоблик Володимир Васильович – перший проректор Мукачівського державного університету, доктор економічних наук, професор.

Кобаль Василь Іванович – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, кандидат педагогічних наук, доцент.

Герц Мирослав Мирославович – начальник бюджетного відділу фінансового управління виконавчого комітету Мукачівської міської ради.

Черничко Тетяна Володимирівна – завідувач кафедри економіки та фінансів, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

Організаційний комітет:

Стегней М. І. – д.е.н., проф., Нестерова С. В. – к.е.н., доц., Ігнатишин М. В. – к.е.н., доц., Гладинець Н. Ю. – к.е.н., доц., Лінтур І. В. – к.е.н., доц., Петричко М. М. – к.е.н., доц., Братюк В. П. – к.е.н., доц., Росола У. В. – Ph.D. ст. викл., Михальчинець Г. Т. – ст. викл.

Ф59 Фінансове регулювання зрушень у економіці України: збірник тез доповідей учасників V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, Мукачево, 24 березня 2021 р. – Мукачево: Вид-во МДУ, 2021. – 289 с.

Основною метою проведення конференції є обговорення та пошук рішень актуальних проблем здійснення фінансового регулювання зрушень в економіці України, обмін дослідницьким досвідом та публікація результатів наукових досліджень. Подані матеріали містять методологічні та методичні підходи, що можуть заслуговувати на увагу широкого кола фахівців.

Організаційний комітет вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим вважаємо можливим їхню публікацію з метою обговорення.

Редакція збірника не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, за якісний зміст і оформлення авторських рукописів (стилістичні, орфографічні помилки тощо) та залишає за собою право не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання розглянуті на конференції.

© Мукачівський державний університет, 2021

Секція 2. Концептуальні засади формування менеджменту і маркетингу в умовах кризової економіки

АНТОНЮК Н., КЛУДАЧ-АЛЕССАНДРИ М. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ	71
БАЛАБАНИЦЬ А. В. СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	74
БЕРЕЗОВА Ю. В., ВОЛОВІДНИК К. Т. SHARING ECONOMY ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	77
БЛАГА Н. В. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	80
БРАТЮК В. П., ЯСЮК А. С. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	84
ВАСИЛАКИЙ О. В., СТОРОЖУК О. В. «ЄДИНЕ ВІКНО» – ШЛЯХ ДО СПРОЦЕННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	86
ГОБЕЛА В. В. МІЖНАРОДНЕ ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	89
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н. М., ВОЛЯНСЬКИЙ Б. ОСНОВИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПІДХОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	92
ДАНКЕСВА О. М. ВИКОРИСТАННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ В ТОРГІВЛІ	95
ІГНАТИШИН М. В., МАТВІЇВ А-М. В. БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ З ПИТАНЬ СТВОРЕННЯ ТА РЕСТРАЦІЇ БІЗНЕСУ	97
ЛИЗАНЕЦЬ А. Г. СТАРТАПИ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	100
ЛІБА Н. С., МАРЦЕНЮК М. О. ЕМПІРИЧНІ ВИМІРИ НЕРВОВО-ПСИХІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	103
МАКСИМЕНКО Д. В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
МАСЛИГАН Е. А., ТОДЬЄРШКО Е. В. ХАРАКТЕРИСТИКА АЛГОРИТМУ МАРШРУТИЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ	107
МНИХ О. Б., КИРИЛЕНКО А. А. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ НА РІВНІ МАКРО-І МІКРОЕКОНОМІКИ І ДЖЕРЕЛ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ	111
МОЛНАР-БАБЛЯ Д. І., КОГУТ Д. О. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ГОСПОДАРСТВАХ	113
НЕСТЕРОВА С. В. РОЗРАХУНОК ПАРАМЕТРІВ КРИВОЇ НАВЧАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	117
ПИЛИПЧУК В. П., КИРИЛОВ І. Ю., БУХТА С. В. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	120
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ДЖУНКОВСЬКА К. С. ФАКТОРИ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ ВІДКРИТИХ ЕКОНОМІК	121
ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ТУЛЬ О. С. КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ	124
РОСОЛА У. В., КОПЧА В. В. ТОП-3 ГІГАНТИ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ ТА ВПЛИВ НА НИХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	125
РОСОХА Д. П., МАКСИМЕНКО Д. В. ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	129
СИВОЛАП Л. А. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПРАЦІ ПІД ЧАС КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ	131
ЧЕРНИЧКО С. Ф., РИБЧАК В. І. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА	135
ЧЕРЧИК Л. М., ЛАЖНИК А. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР	137
ЧИЗМАР І. І., ГОБЛИК В. В. ЕНДЕМІЧНІ СФЕРИ ЦИФРОВОЇ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ	140

– аромат має сильний вплив на підсвідомість і тим самим викликає певну реакцію та спонукає до дії. Отже, за рахунок впливу на підсвідомість – результат впливу: аромат – мотивація до купівлі.

Отже, аромамаркетинг допомагає не тільки привернути увагу споживачів до закладу торгівлі, а також сприяє тому, що покупці затримуються в ньому, де потім, за допомогою ароматів, асоціацій і емоцій буде встановлений міцний емоційний зв'язок. Це пояснює необхідність використання ароматів при продажу товарів, які посилюють його вплив на споживачів, підштовують до здійснення купівлі, та, тим самим, забезпечують торговельному об'єкту підвищення ефективності діяльності, а також посилюють його конкурентне становище на ринку.

Література:

1. Данкеева О. М. Вплив аромамаркетингу на споживачів у торговельному просторі. *Торгівля і ринок України*. 2020. №1(47). С. 65-72.
2. Бородкіна Н. О., Царук І.М. Психоемоційні методи впливу на поведінку споживачів: узагальнення досвіду. *Вісник ЖДТУ*. 2015. №3(75). С. 45-53.
3. Окландер Т. О. Інноваційні методи впливу на споживачів: аромамаркетинг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. Т. 2. С. 97-101.
4. Скригун Н. П., Наумко Т. А. Аромамаркетинг: сутність, інструменти та механізм дії. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. №28(2). С. 106-110.
5. Райс Е., Траут Дж. *Позиционирование: Битва за умы*. СПб.: Питер, 2012. 336 с.

УДК 346.2:33.012

**М. В. ІГНАТИШИН,
А-М. В. МАТВІЙВ**
Мукачівський державний університет

БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ

З ПИТАНЬ СТВОРЕННЯ ТА РЕСТРАЦІЇ БІЗНЕСУ

На даному етапі становлення та розвитку ринкової системи господарювання в Україні особливо важливого значення набуває формування та розвиток підприємницької діяльності, оскільки саме підприємництво є двигуном економічного і соціального розвитку суспільства. Підприємницька діяльність дає стимул до високої продуктивності праці, отримання прибутку і, в кінцевому рахунку, кращого задоволення суспільних потреб.

Класифікація видів діяльності відображує різну сферу суспільного виробництва, в якій є можливість зайнятися бізнесом. Не спиняючись на кожному з них, зазначимо деякі

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

види діяльності зі сфери виробництва, послуг, ідей (інтелектуального бізнесу), комерційної і зовнішньоекономічної діяльності. При цьому слід пам'ятати, що вибір діяльності складний і важкий процес. З конгломерату видів діяльності виділяють у сфері [1]:

- виробництва – виробництво продукції виробничо-технічного призначення, товарів народного споживання, продуктів харчування, будівельних матеріалів, тощо;
- послуг – громадське харчування, побутове обслуговування, транспортні, навчальні та лікувальні послуги, видовишно-розважальні заходи, туристичні, довідково-консультативні послуги, послуги з приватизації, при переході на нові форми власності, створенні підприємств, фірм, агентські і аудиторські послуги, патентно-ліцензійні, технічні, складські та ін.

Важливу роль відіграє правильно написаний статут підприємства, який виступає основним документом його діяльності. Головним завданням статуту – дати повне уявлення про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного господарського суб'єкта, що має всі права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування і використання майна підприємств (фірм), розпорядження його коштами і прибутком. У цьому розумінні статут – це акт підприємства, що внутрішньо регламентується, доповнює та конкретизує більшість положень засновницького договору.

Суть засновницького договору полягає в тому, що він є одним з різновидів згоди про спільну господарську діяльність з утворенням самостійної юридичної особи. Його зміст – об'єднання майна (капіталів) і підприємницьких зусиль з метою отримання прибутку. Тому основним для засновницького договору є визначення всіх параметрів взаємовідносин між учасниками фірми, насамперед майнового та організаційного характеру.

При формуванні договору особливу увагу слід звернути на конкретні розміри, строки і порядок участі партнерів у формуванні майнової бази; умови участі у розподілі прибутків та ризиків; конкретні одно- та двосторонні права й обов'язки учасників; порядок передавання прав на об'єкти промислової власності (винаходи, промислові зразки тощо) та їх комерційне використання; відповідальність партнерів за неналежне виконання своїх обов'язків; форс-мажорні обставини (тобто обставини так званої «непоборної сили»), що вивільняють учасників від відповідальності у зв'язку з неможливістю виконання прийнятих на себе зобов'язань; порядок вирішення суперечок між учасниками і право, що застосовується; конфіденційність у ході створення і діяльності фірми; строк діяльності.

Крім зазначених, до статуту та засновницького договору можуть бути включені й інші положення, які не суперечать чинному законодавству.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Засновницькі документи – важливий атрибут підприємницького бізнесу, що підтверджують юридичний статус підприємства, тому потребують професійного підходу до укладання. Тому таку роботу, як правило, доручають фахівцям (юристам, економістам).

Для реєстрації юридичної особи необхідно подати такий пакет документів [2]:

- 1) заяву про реєстрацію за встановленою формою;
- 2) заяву про обрання спрощеної системи оподаткування та/або реєстрацію платником ПДВ та/або включення до Реєстру неприбуткових організацій та установ (якщо щось із цього входить у ваші плани);
- 3) установчий документ юридичної особи (статут, установчий договір тощо залежно від обраної організаційно-правової форми);
- 4) документ, що підтверджує реєстрацію іноземної юрособи, яка виступає засновником, у відповідній країні.

Для реєстрації фізособи-підприємця необхідно подати:

- 1) заяву про державну реєстрацію;
- 2) заяву про обрання спрощеної системи оподаткування та/або реєстрацію платником ПДВ (якщо щось із цього входить у ваші плани);
- 3) нотаріально засвідчену згоду батьків (усиновлювачів), піклувальника чи органу опіки та піклування, якщо зареєструватися як ФОП бажає особа, що досягла віку 16 років, але не має повної цивільної дієздатності.

Документи можуть бути подані як у паперовій, так і в електронній формі – через портал Мін'юсту.

Якщо документи подані в повному обсязі та відповідають вимогам закону, тоді держреєстратор протягом 24 годин (без врахування святкових і вихідних днів) з моменту отримання документів приймає рішення про реєстрацію.

Після внесення відомостей про реєстрацію юрособи або ФОП до ЄДР відповідні відомості автоматично вносяться й до реєстрів ДФС.

Крім того, відомості про реєстрацію надаються і для реєстрації юрособи (ФОП) як платника ЄСВ [3].

Свідоцтво про реєстрацію за новими правилами не видається. Замість нього формується електронний витяг на порталі Мін'юсту [4].

Література:

1. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

2. Про внесення змін до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» та деяких інших законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень з державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Закон від 26.11.2015 №835-VIII // Відом. Верхов. Ради України. – 2016. – №2. – Ст. 17.

3. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2464-17/page>.

4. Ліга закон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>

УДК 001.895:005.936.3(043.2)

А. Г. ЛИЗАНЕЦЬ
Мукачівський державний університет

СТАРТАПИ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Сучасні умови функціонування економіки створюють виклики для підприємницьких структур, спонукаючи їх до постійного розвитку, пошуку інноваційних рішень, втілення інноваційних ідей з метою виживання, протистояння ризикам та нарощування прибутковості діяльності. Ефективною формою започаткування нових видів та напрямків бізнесу, перевірки їх життєздатності та затребуваності ринком все частіше стають стартапи.

Процес трансформації ділових відносин та розвиток сфери інформаційних технологій розширюють можливості для реалізації бізнес-ідей та впровадження новітніх бізнес-моделей у вигляді стартап-проектів.

Підвищенню актуальності стимулювання стартап-руху в Україні сприяли кризові явища в економіці, викликані, насамперед, пандемією коронавірусу. Карантинні обмеження суттєво вплинули на розвиток економіки країни в цілому та її окремих галузей. За даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України у першій половині 2020 року падіння ВВП склало 6,5% [1]. При цьому найбільше від кризи постраждали освіта і культура (до –93% доданої вартості), готельно-ресторанний бізнес (–91%), оптова та роздрібна торгівля (–45%), професійні та адміністративні послуги (–45%), промисловість (–43%), транспорт (–31%) [2]. За підсумками року НБУ оцінив падіння ВВП країни в 2020 році в 4,4% [3].

У результаті карантинних заходів багато підприємницьких структур опинились на межі існування. Для відновлення та підтримки їх функціонування виникла нагальна потреба



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>