

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”**

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – ректор Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:

Дачій Олександр Іванович – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Коваль Микола Іванович – завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Кришталь Галина Олександрівна – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Кривоберець Марина Миколаївна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Мазур Юлія Володимирівна – декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 10 від 29.11.23)*

Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Сахно Дмитро Сергійович Передумови реформування стратегії розвитку галузі залізничного транспорту	226
Семчук Дмитрій Володимирович Ринок поліграфічних послуг у світі	229
Середюк Катерина Володимирівна Акселерація та інкубація бізнесу: сутність та фактори вибору	232
Середюк Олена Володимирівна Бізнес-комунікації: сутність, основні елементи та методи застосування	234
Сєдова Аліна Геннадіївна Культурно-пізнавальний туризм у Румунії: перспективи розвитку	238
Скиба Ганна Іванівна Цифровізація облікових процесів в умовах сталого розвитку	240
Соломаха Валерія Юріївна Внутрішнє середовище туристичного підприємства та його елементи	243
Суцук Ольга Анатоліївна, Скиба Ганна Іванівна Облік виробничих витрат у поліграфії в умовах цифровізації бізнесу	246
Табаченко Данил Аркадійович Управлінські процеси в туризмі як засоби розвитку здоров'я та безпеки суспільства	250
Філіппов Іван Михайлович Управління персоналом торгових підприємств в умовах розвитку цифрових технологій	252
Цімошинська Оксана Валентинівна, Хіміч Св'ятослав Володимирович Ефективність цифровізації для економіки України	254
Червінська Любов Петрівна Платформи цифрової праці: реалії, виклики	257
Шостак Вікторія Анатоліївна Система управління якістю туристичного підприємства	261
Школенко Оксана Борисівна, Мітряхін Роман Віталійович Маркетинговий інструментарій просування продукції вітчизняних підприємств	265
Шуляр Наталія Миколаївна, Шинкаренко Софія Ігорівна Відтворення ресурсної складової трудового потенціалу підприємства у повоєнний період	268
Яцюк Денис Юрійович Культурно-пізнавальний туризм у Польщі. Перспективи розвитку	270

- оптимізація та полегшення цифрових платформ для роботи бухгалтерського апарату;
- мінімізація похибок у обчислювальних розрахунках апаратом бухгалтерії підприємства;
- скорочення часу виконання бухгалтерією трудомістких завдань.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що сфера бухгалтерського обліку є однією з перших за глобальною автоматизацією процесів управління та найбільш перспективною з точки зору подальшої цифровізації.

Формування єдиних інформаційно-аналітичних платформ, складання звітів сталого бізнесу стають необхідною аналітичною основою для досягнення цілей сталого розвитку як у національному, так і в глобальному масштабі. Цифрові засоби обліку та звітності стануть необхідним підґрунтям для інтеграції учасників глобальних процесів сталого розвитку, що дозволить об'єднати національні зусилля та вирішити життєво важливі соціальні завдання для всього світу для забезпечення гідного рівня якості життя нинішніх і майбутніх поколінь.

Література

1. Гуцаленко Л. В., Марчук У. О. Інтегрована звітність — концепції та парадигми обліку в досягненні цілей сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 7.
2. Крюкова І. О., Руденко С. В., Накісько О. В. Цифровізація як інструмент забезпечення сталого обліку. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2022. Вип. 77. С. 178–184.
3. Стратегія сталого розвитку: Європейські горизонти: підручник / І. Л. Якименко, Л. П. Петрашко, Т. М. Димань, О. М. Салавор та ін. К.: НУХТ, 2022. 337 с.

СОЛОМАХА Валерія Юріївна

здобувачка вищої освіти групи С – 8 -20 –Б1М (4,0з)

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ЕЛЕМЕНТИ

Внутрішнє середовище підприємства визначається внутрішніми чинниками, тобто ситуаційними рушійними силами. Основними ситуаційними елементами внутрішнього середовища туристичного підприємства є цілі, структура, завдання, технологія, працівники та ресурси. Ці змінні зазвичай є результатом управлінських рішень, тобто характеризують виробничий цикл і потребують уваги з боку керівництва.

Проектування елементів внутрішнього середовища відбувається з огляду на специфіку сфери надання туристичних послуг, кола споживачів, ринкової кон'юнктури, умов господарювання. Система управління при формуванні внутрішнього середовища туристичного підприємства має забезпечити відповідність характеристик його найважливіших складових умовам зовнішнього середовища, в яких функціонує суб'єкт господарювання.

Деякі ситуаційні елементи внутрішнього середовища стають бар'єрами у функціонуванні туристичного підприємства, тому керівництво має врахувати їх у своїй роботі (бар'єр стосунків з підлеглими, передача знань і досвіду). У туризмі трапляється і такий бар'єр, як завищені вимоги до працівників щодо знання туристичного продукту, тобто керівник очікує від підлеглих глибоких знань зон відпочинку, традицій, що набуваються лише з досвідом.

Для ефективного господарювання туристичне підприємство має сформувати загальні цілі. Ціль — це конкретний кінцевий стан або очікуваний результат діяльності організації (групи). Загальні цілі розробляються на основі місії підприємства (чітко окреслена його причина існування). Так, у закладах розміщення місією є задоволення потреб споживачів у тимчасовому проживанні й одержання завдяки цьому максимально можливого прибутку. Цілі розробляються вищим керівництвом підприємства і доводяться до кожного підрозділу (служби). Виходячи із загальних цілей, кожний підрозділ (служба) розробляє власні (локальні) цілі для досягнення загальних.

Ефективна діяльність туристичного підприємства неможлива без спеціалізованого поділу праці, за яким кожний вид роботи доручається тим фахівцям, котрі можуть її зробити краще, ніж інші. Результатом вертикального і горизонтального поділу праці є структура організації.

Структура підприємства — Логічне співвідношення рівнів управління і функціональних одиниць, побудованих у такій формі, яка дає змогу найбільш ефективно досягати цілей. Формування структури туристичного підприємства зумовлено багатьма чинниками: туристичною спеціалізацією, розмірами, масштабами діяльності, стратегією тощо.

Технологія має вирішальне значення у процесі формування і надання туристичного продукту, забезпечуючи його конкурентоспроможність. Однак вибір технології доцільно здійснювати з огляду на вимоги того сегмента, для якого працює туристичне підприємство.

Завдання — це певна робота, серія робіт або частина роботи, що має бути виконана заздалегідь встановленим способом у визначений термін. З технічного погляду завдання адресовані посаді, а не працівникові, що її обіймає. Завдання традиційно поділяють на три категорії. Це робота з людьми, предметами (машинами, обладнанням, інструментами) та інформацією.

Ресурси — це природні, сировинні, матеріальні, фінансові та інші цінності, які можуть бути використані за потреби для створення товарів, надання послуг, одержання певних результатів. Йдеться про ресурси, якими володіє туристичне підприємство, але ще не використовує для своєї діяльності. Основними ресурсами для забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства є такі:

- трудові (робоча сила);
- матеріальні (сировина, матеріали, комплектуючі тощо);
- фінансові (власні кошти, кредити, інвестиції);
- інформаційні (результати маркетингових досліджень, замовлення, запити, повідомлення тощо);
- технологічні (техніка, прийоми, технологія);
- енергетичні (паливо, мастила тощо).

Стрижнем внутрішнього середовища підприємства є *Трудові ресурси*. Якщо донедавна конкурентна боротьба підприємств була зосереджена у сфері технічного прогресу, вдосконалення технологій, організаційних структур, маркетингу, то нині до найважливіших чинників економічного успіху належить ефективне управління персоналом. Успіх туристичного підприємства залежить від того, хто і як надає туристичні послуги, від сформованого у працівників ставлення до праці, до своєї організації.

Щоб оцінити внутрішнє середовище туристичного підприємства використовують такі показники:

1. Загальні характеристики туристичного підприємства (імідж туристичного підприємства, конкурентоспроможність, рівень спеціалізації, капітало-, трудові ресурси, місцезнаходження та ін.).

2. Матеріально-технічна база.

3. Сфера маркетингу (маркетингові стратегії, розміри сегментів ринку, рівень продажу, структура та кількість продукції, витрати на дослідження ринку тощо).

4. Сфера виробництва (стан матеріально-технічної бази, виробничі потужності та їх завантаження, рівень оновлення устаткування, ефективність виробництва тощо).

5. Сфера фінансів (ліквідність, розміри заборгованості, прибутковість, рівень реінвестування, обсяги та напрями інвестицій тощо).

6. Характеристика організації та управління (технологія управління та специфіка побудови апарату управління та інформаційних систем, норми, правила, процедури, розподіл прав і обов'язків, система контролю діяльності фірми, техніко-організаційний рівень виробництва тощо).

7. Сфера персоналу (структурні рівень кваліфікації персоналу, система заробітної плати та рівень доходів робітників, можливість залучення та ефективного використання висококваліфікованих кадрів).

8. Характеристика рівня організаційної культури (трудова дисципліна, мораль, атмосфера та клімат у колективі).

Крім наведених чинників, кожна туристичне підприємство для аналізу власного внутрішнього середовища має використовувати і систему інших чинників, що відображають особливості її діяльності.

Література

1. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Вид-во ЦУЛ, 2013. 396 с.

2. *Заставний Ф. Д.* Навч. посіб. / за ред.. проф. Ф. Д. Заставного. К.: Знання, 2014. 575 с.
3. *Кифяк В. Ф.* Організація туризму. Чернівці: Книги-XXI, 2008.
4. *Кудла Н. Є.* Менеджмент туристичного підприємства: підручник. К., 2012. 343 с.
5. *Мильнер Б. З.* Теорія організацій: курс лекцій. М., 2013. 335 с.

СУЩУК Ольга Анатоліївна

здобувач вищої освіти

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

СКИБА Ганна Іванівна

науковий керівник, кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку і оподаткування

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ У ПОЛІГРАФІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

В умовах ринкової цифрової економіки виникає необхідність ґрунтовної переорієнтації системи оцінювання функціонування сучасних суб'єктів господарювання різних форм власності. Суттєвою мірою вирішення поставлених завдань ефективного розвитку та економічного зростання підприємств поліграфії залежить від системи удосконалення управління витратами виробництва та собівартістю продукції друку.

Нинішня система бухгалтерського обліку повинна активно бути спрямована на: успішне забезпечення реального використання ринкових інструментів та базуватися на ефективній системі управління витратами; обґрунтований єдиний підхід до вирішення завдань, насамперед, обліково-економічних незалежно від рівня управління; перспективу управління витратами на різноманітних етапах виробничого циклу; використання ефективних методів оптимізації витрат; швидке відображення економічної інформації; використання нової техніки та передових технологій. У зв'язку з цим постає необхідність безкомпромісної зміни виробничого механізму, що регулює економічні процеси. Це зумовило створення якісно-нової системи управління, оновлення змісту та методології бухгалтерського обліку витрат на виробництво друкованої продукції та контролю цього процесу.

Значний внесок у вирішення проблем обліку виробничих витрат підприємств поліграфії зробили як вітчизняні так і зарубіжні вчені-дослідники, зокрема: Бутинець Ф. Ф., Валуєв Б. І., Воронкова В. Я., Гуцайлук З. В., Ісако-