

**Східноукраїнський інститут
економіки та управління**

МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ:
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ
ТА ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ»**

23 січня 2021 року

МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

**«МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
И ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ»**

23 января 2021 года

Запоріжжя
2021

УДК 330.341(063)
М 74

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Модернізація економіки: теоретичні засади та практика реалізації».

У збірник увійшли матеріали секцій: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економетрика», «Інституціональна економіка», «Економіка галузевих ринків», «Економіка праці», «Економіка розвитку», «Міжнародна економіка», «Фінансова економіка», «Ринок цінних паперів» та інші.

Наукове видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для широкого кола читачів.

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

Модернізація економіки: теоретичні засади та практика реалізації: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 23 січня 2021 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2021. – 164 с.

Модернизация экономики: теоретические основы и практика реализации: сборник материалов Международной научно-практической конференции (г. Запорожье, 23 января 2021 года) / Восточноукраинский институт экономики и управления. – Запорожье: ОО «ВИЭУ», 2021. – 164 с.

УДК 330.341(063)

© Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2021
© Колектив авторів, 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Боб Д. М.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВА..... 7

СЕКЦІЯ 2. МАКРОЕКОНОМІКА

Бондаренко Н. М., Гончар К. С.

СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ..... 11

Іличок Б. І., Шимків В. В.

СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ..... 14

Подлесний М. С.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СИСТЕМ СЕРТИФІКАЦІЇ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ..... 20

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМЕТРИКА

Андрієнко В. М., Савенко В. О.

ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ДИНАМІКИ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ..... 24

СЕКЦІЯ 4. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бабаєв Ф. А.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА..... 30

Бахур Н. В.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ..... 35

Клевцєвич Н. А.

ДЕРЖАВНО ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО
ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ
РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД..... 39

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Дерігін О. Д.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
ГАЛУЗІ УКРАЇНСЬКОГО АВІАБУДУВАННЯ..... 44

Обнявко Т. С. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ВЕКТОРУ ПРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВПК УКРАЇНИ	48
Рогачевський О. П. АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ЦІЛЬОВОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	53
СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ	
Легейда Г. А. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЯКОСТІ.....	56
Мамедбагірлі С. Н. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОТИВАЦИИ СЛУЖАЩИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ	58
Поліщук І. Г., Іванова А. А. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА МЕТАЛУРГІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	63
СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ	
Гуцул Д. Б. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СФЕРІ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ	67
Джаїн Прадіп Кумар МІСЦЕ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	69
Зиз Д. О. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА	73
Титикало В. С. ІНОВІНГ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	78
СЕКЦІЯ 8. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА	
Мацак Т. Р. ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	83

Михайленко О. Г. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	86
Романашенко М. О., Онегіна В. М. ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ.....	92
Ткаленко С. І. ЕФЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	97
Flephantova Anna CREATIVE INDUSTRIES: ESSENCE AND CURRENT STATE.....	99
СЕКЦІЯ 9. ФІНАНСОВА ЕКОНОМІКА	
Коваль А. С. ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ	103
Нос Ю. А. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	107
Ситник Н. С., Олійник А. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	112
СЕКЦІЯ 10. РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ	
Крутько М. А., Романашенко І. О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ	116
СЕКЦІЯ 11. ЕКОНОМІКА ФІРМИ	
Гейко Л. В. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	121
Nagyieva Aisel IMAGE COMPONENT OF ECONOMIC BENEFIT SYSTEM ENVIRONMENTAL MANAGEMENT	126

Степаненко О. І. МАЛИЙ БІЗНЕС В СКЛАДІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЙОГО МІСЦЕ І РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	129
---	-----

СЕКЦІЯ 12. ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

Аблязова Н. Р. ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	135
--	-----

Багорка М. О. ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНІ ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	138
--	-----

Величко Д. В. ПЕРСПЕКТИВИ СТАНДАРТУ ISO 37001:2016 В УКРАЇНІ	142
--	-----

Дем'янчук М. А., Дроздина А. А. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ.....	145
---	-----

Литвишко Л. О., Компанець К. А., Артемчук В. О. АКТУАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ТА МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	150
--	-----

Олійничук О. І. ПАТЕНТУВАННЯ ТА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ	154
--	-----

Фаталов В. В. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ.....	158
--	-----

охоплюють активізацію товарообміну між суб'єктами усєї глобальної системи, інституціональне регулювання глобальної торговельної системи, відкритість національних економік, запровадження лібералізаційних заходів та відкриття ринків, поширення довгострокових міжнародних відносин та підписання угод про створення зон вільної торгівлі, міжнародний перерозподіл економічних ресурсів відповідно до наявних конкурентних переваг та ін. Макроекономічні умови зростання зовнішньої торгівлі охоплюють стабільність макроекономічного середовища, фінансового та організаційно-економічного сприяння економічному зростанню, підтримку експортоорієнтованих секторів, галузей тощо.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.

Flehanova Anna

PhD in Economics, Associate Professor

of International Economics

and International Economics Relations Department

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka

«Poltava University of Economics and Trade»

Poltava, Ukraine

CREATIVE INDUSTRIES: ESSENCE AND CURRENT STATE

Since the second half of the twentieth century in the developed countries of the world began the transition from industrial to post-industrial technological method of production. One of the signs of such transformation was the relocation of most industrial enterprises from Western Europe to countries with cheaper labor force, optimal climatic and economic conditions. Among the consequences of such changes can be considered a change in the structure of labor and employment, which manifested itself in the reorientation to the service sector; changing the cost structure and specifics of consumption.

Today, the cost of production is 20% of the price, while 80% – is the cost of marketing. One of the tools to overcome the socio-economic distortions caused by these trends was the development of the creative economy, which was based on creative industries. Its main elements are information, creative class, copyright and intellectual property rights [1].

The concept of creative (cultural) industry, which is closely related to the concept of creative economy and creative class, has become active in the beginning of XXI century to denote creative industries that produced a wide range of goods and services, provided employment to a large number of people, used digital technologies, depended on innovation and developed, mainly in Western Europe and the United States. The basic condition for the formation of a creative economy was the information revolution and the transition to an innovative «knowledge society», where the main unlimited resource is creative potential and innovative thinking. Today, it is a driving force not only for artists, musicians, actors, etc., but also for industry, business and management. It is a creative approach that makes it possible to find new unique solutions in a turbulent economic environment and fierce competition in the market [2].

The concept of «creative industries» is relatively new, and the methodology by which to determine and evaluate the performance of such industries has not yet been finalized. Today, creativity should be considered on the basis of three perspectives: artistic – which involves the ability to qualitatively use their imagination and creative abilities for a symbolic interpretation of the world and its elements; scientific – as a result of the ability to use new approaches to solve problems and conduct experiments; economic – which is derived from an effective combination of economic, scientific and creative activity. The last one is an effective lever to improve the country's competitiveness both nationally and internationally [4].

The importance of creative industries in the world economy is growing steadily. The emergence of the creative sphere was the result of the integration of production (digital revolution) and society (social networks), resulting in a fundamentally new channel for mass sales of creative products [5]. The development of creative industries plays a huge role in global economic and political change. In general, the

leaders in the creative industries remain economically developed countries, but the share of developing countries is growing steadily. If in the 1950's US GDP was more than 50% of world GDP, now US GDP is about 25% of world GDP. This is due, in particular, to the development of creative industries in countries such as India, China, Southeast Asia and Latin America. Significant progress in the development of the creative economy has been made by the countries of the Asia-Pacific region, where the sector generates about \$ 740 billion in revenue (33% of world sales of creative products) and represents 12,7 million jobs (43% of jobs in the creative industries in the world dimension) [2].

As for the supply of creative services on the market, the continuous progress of technical support for the production of these products already initially provides the appropriate technology for «dual» purpose, thus laying the foundations for an innovative leap in almost all sectors of the economy.

This trend, recorded in all countries of the world, shows that the market of products of the creative sphere of the national economy, which has great potential for accelerated and sustainable economic development of developing countries is one of the factors of diversification of their economic system [5].

The creative economy, as a separate branch of the world economy, before the crisis caused by COVID-19 was characterized by rapid development, was dynamic in terms of revenue generation and job creation, export development, because it was less tied to material resources.

In total, the world's creative and cultural industries generate about \$ 2,2 billion in revenue annually, accounting for nearly 3% of world GDP and providing 29,5 million jobs worldwide. In the pre-crisis period of their development, they were characterized by a significant impact on the formation of a creative society, where the main role is played by ideas and innovations, and the objects are areas such as economics, science, technology, politics, social sphere, regional development, industries, enterprises, goods, technologies, education, culture, art, sports, etc. [3].

The devastating impact of the COVID-19 pandemic on the creative economy is due to the fact that, unlike other sectors of the economy, it

has specific characteristics, such as: a high proportion of people employed in various spheres of social production, most of whom are self-employed. there is a creative, intellectual component; it is a key factor in the development of an innovative economy, where creativity is a source of innovation and requires significant financial infusion; characterized by the specificity that is inherent in creative work and its result – creative products, where there is a significant share of the intellectual component in the formation of its market value (products are expensive); the market of creative products and services is characterized by the specificity of the formation of consumer demand and consumption of creative products; large-scale integration of the creative economy with various sectors of the national economy, which causes a synergistic effect in case of crisis; the products of the creative economy are the object of intellectual property and require a high level of protection in society [3].

As the experience of the financial crisis of 2009 shows, companies that have maintained their innovation orientation for three to five years after the crisis have become much stronger, outpacing the market average by more than 30%. This means that innovation should become an integral part of the model of growth of companies and their future development in the post-crisis period and relate to production, marketing and organizational activities [3].

Список використаних джерел:

1. Євпак Ю. Теоретичні підходи до категорії «культурні та креативні індустрії» // Ю. Євпак / Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Розділ 1. Економічна теорія та історія економічної думки. – № 3. – 2019. – С. 15–22.
2. Карасьова Н.А. Креативні індустрії як елемент стратегії пост-індустріального розвитку // Н.А. Карасьова / Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. – № 3. – 2019. – С. 110–120.
3. Кузнецова Н.Б. Сучасний стан та перспективи розвитку креативних індустрій за умов пандемії COVID-19 // Н.Б. Кузнецова / Стратегія економічного розвитку України. – № 46. – 2020. – С. 168–180.
4. Скавронська І.В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу // І.В. Скавронська, А.О. Гончарук / Молодий вчений. – № 4 (31). – 2016. – С. 201–204.
5. Чала В.С. Мультиплікативний економічний ефект креативної економіки у Європейському Союзі // В.С. Чала, І.С. Білова / Економічний простір. – № 125. – 2017. – С. 36–48.