

# АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА

Частина 2

## ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLII Міжнародної наукової студентської  
конференції за підсумками науково-дослідних  
робіт студентів за 2018 рік  
(м. Полтава, 26–27 березня 2019 року)

Полтава  
2019

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА**

Частина 2

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

XLII Міжнародної наукової студентської конференції за  
підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік

*(м. Полтава, 26–27 березня 2019 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2019**

УДК 33:378  
А43

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*

**Редакційна колегія:**

**С. В. Гаркуша**, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

**К. Ю. Вергал**, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

**В. О. Скрипник**, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

**Н. І. Коливушка**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

**Н. М. Стельнік**, інспектор науково-організаційного відділу ПУЕТ.

**А43** **Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доповідей XLII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26–27 березня 2019 р.) :** у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч. 1. – 368 с. ;

Ч. 2. – 358 с. –

Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-349-2

Збірник містить тези найкращих доповідей XLII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу приділено висвітленню результатів наукових досліджень у сфері економіки й підприємництва, інформаційних і мережевих технологій, товарознавства, харчових технологій та інженерії.

**УДК 33:378**

*Тези доповідей надруковано мовою оригіналу в редакції авторів. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, імен власних, інших відомостей.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2019

ISBN 978-966-184-349-2

<i>Б. О. Заводовський, В. А. Власенко.</i> Формування ефективної кадрової політики на підприємстві в умовах ринкових трансформацій .....	101
<i>М. О. Лохман, Н. В. Лохман.</i> Формування процесу маркетингу інновацій на туристичному підприємстві.....	103
<i>В. Перерва, О. В. Лозова.</i> Бірюзові організації в Україні та світі.....	105
<i>П. С. Галайда, І. В. Козюра.</i> Підприємство як об'єкт управління в сучасних умовах господарювання .....	107
<i>М. П. Радочин, С. В. Остриніна.</i> Управління конфліктами на підприємстві: підходи та методи.....	109
<i>Д. Ю. Тереховська, О. В. Бондар-Підгурська.</i> Основні тренди та перспективи інноваційного та технологічного розвитку України як суверенної держави .....	112

### **СЕКЦІЯ 9. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

<i>В. В. Дерикон, Л. В. Рудич.</i> Гендерні аспекти формування іміджу лідера.....	116
<i>А. В. Каленіченко, Л. В. Рудич.</i> Soft skills та емоційний інтелект в лідерстві .....	118
<i>В. І. Оксенченко, Л. В. Рудич.</i> Гендерне лідерство в управлінні.....	120
<i>Я. М. Пронько, Л. В. Рудич.</i> Гендерний підхід у вивченні лідерства.....	122

### **СЕКЦІЯ 10. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ ст.**

<i>А. О. Золотоверх, О. В. Боровиков.</i> Практика корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств .....	125
<i>Л. А. Кисіль, Л. В. Степанова.</i> Розвиток трудового потенціалу на підприємствах торгівлі.....	127
<i>О. Д. Підгорна, Є. О. Снітко.</i> Сучасні проблеми підсистеми управління персоналом в державних установах.....	130
<i>К. М. Рубан, О. В. Тужилкіна.</i> Нематеріальна мотивація працівників в системі управління персоналом .....	132

## **СЕКЦІЯ 10. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ ст.**

### **ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*А. О. Золотоверх, студентка спеціальності Управління персоналом і економіка праці, група ЕБ-11 (УПЕП-11)*

*О. В. Боровиков, науковий керівник, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії, к. е. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Одним із засадничих чинників розвитку корпоративної соціальної відповідальності стали наукові дослідження, концептуальні засади яких було сформовано ще у середині ХХ ст. у праці американського економіста Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953). В означеній праці автор сформулював доктрину соціальної відповідальності як обов'язок бізнесменів здійснювати таку політику та приймати такі рішення, які є пріоритетними з огляду на етичні цінності та цілі розвитку всього суспільства. В результаті еволюції теоретичних поглядів на природу соціальної відповідальності у працях західних науковців К. Девіса, А. Керолла, Д. Чандлера, Ф. Котлера та Ненсі Лі та інших сформувалася наукова концепція корпоративної соціальної відповідальності як обґрунтування необхідності відповідального відношення всіх учасників суспільної взаємодії до суспільства та навколишнього середовища. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає процедури, практики та звітність компаній із семи аспектів (принципів) діяльності, а саме: організаційне управління; права людини; трудові відносини; чесна операційна діяльність; захист навколишнього середовища; питання захисту прав споживачів; розвиток місцевих громад і співпраця з ними. В Україні соціальна відповідальність бізнесу має різні прояви, залежно від положення підприємства на ринку, рівня конкуренції, характеру взаємин з органами державної та місцевої влади, наявності передвиборчої компанії та ін. Перша форма носить класичний характер [1, с. 189.], що пов'язано з політикою підприємства щодо реалізації повноцінного соціального партнерства. Така форма характерна більшою мірою для компаній, що працюють не тільки на український ринок, але і закордонні. Прагнення таких підприємств до

соціальної відповідальності цілком очевидно – це необхідність відповідати західним критеріям для успішного ведення бізнесу, особливо якщо планується продаж акції на зарубіжних фондових ринках. Друга форма соціальної відповідальності бізнесу може бути пов'язана з отриманням натомість від держави певних привілеїв, можливість розробки та видобутку корисних копалин, надання вигідного державного замовлення. Закріплення за компанією сукупності елементів соціальної відповідальності передбачає витрати ресурсів на здійснення цих функцій і відтворення відповідних соціальних статусів, що веде до отримання певних вигод, у тому числі корисних ефектів. Третя форма несуте, більшою мірою, примусовий характер [1, с. 189], коли соціальна відповідальність є проявом обов'язкової благодійності. Держава фактично змушує підприємства займатися такого роду діяльністю. Четверта форма соціальної відповідальності зустрічається на містоутворюючих підприємствах. Враховуючи особливості діяльності таких підприємств, бізнес змушений брати на себе неспецифічні для себе соціальні функції. Містоутворюючі підприємства змушені бути соціально відповідальними для безперебійної роботи підприємств, вирішення господарських проблем міста, головним чином через самоусунення держави від вирішення даних проблем. Тим більше, що в кінцевому рахунку співпраця з місцевою владою і громадянським суспільством виявляється набагато більш успішною. Висновки та подальші дослідження. 1. Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. 2. Соціальна відповідальність більшості українських підприємств, які розуміють її значення, має несистемний, ситуаційний характер. 3. Соціальна спрямованість бізнесу буде більш ефективною, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємствами. При формуванні корпоративної стратегії підприємства необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні [2, с. 29]: доцільно враховувати соціальну відповідальність при розробці стратегії підприємства; формування корпоративної стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими

сторонами, покращення репутації підприємства в цілому; узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу. Перспективами подальших досліджень є розробка програм реалізації стратегії соціальної відповідальності бізнесу.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Головінов О. М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / Головінов О. М. // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2(36). – С. 187–192.
2. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / Комарова К. В., Ковальчук Н. В. // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5–6 (63). – С. 25–30.

### **РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

*Л. А. Кусіль, студентка спеціальності Економіка освіти програма «Управління персоналом і економіка праці», група УПЕП-21*

*Л. В. Степанова, науковий керівник, доцент кафедри управління персоналом, економіка праці та економічної теорії, к. е. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

У сучасних умовах розвиток трудового потенціалу відіграє важливу роль у діяльності господарюючих суб'єктів, оскільки забезпечує підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг.

Мета дослідження: визначення сутності трудового потенціалу підприємств торгівлі та пріоритетних напрямів розвитку.

Дуже багато праць українських вчених присвячені проблемам розвитку трудового потенціалу підприємства. Серед них варто виокремити напрацювання таких науковців, як О. Грішнова, А. Колот, М. Семикіна, С. Пасека, І. Петрова, Л. Степанова, Л. Шаульська та ін.

Поняття «трудоий потенціал» у науковий оборот увійшло у 60–70-х роках ХХ ст. Це було зумовлено необхідністю повніше охарактеризувати продуктивні спроможності людини в умовах розгортання НТП і ефективніше використовувати у виробництві її інтелектуальні та творчі здібності.