

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Навчально-науковий Центр «Школа бізнесу» НТУ «Дніпровська
політехніка»
Дніпропетровська торгово-промислова палата
Дніпропетровська обласна рада
Дніпропетровська обласна асоціація органів місцевого самоврядування
Управління моніторингу соціально-економічного розвитку та підтримки
місцевих ініціатив виконавчого апарату Дніпропетровської облради
Головне управління статистики у Дніпропетровській області
Київський національний університет будівництва і архітектури
Університет Вітовта Великого (лит. Vytauto Didžiojo universitetas, VDU,
Литва)
Вроцлавська політехніка (Politechnika Wroclawska, Польща)
Економічний університет м. Катовіце (Польща)



**«СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ»**

Матеріали 4-ї міжнародної науково-практичної конференції

19 травня 2023 року

НТУ «ДП»
2023

УДК 373.61+336.76

Сучасне підприємництво: проблеми теорії та практики: матеріали 4-ї між. наук.-прак. конф., м. Дніпро, 19 травня 2023. – Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2023.

Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої розробці та обґрунтування наукових засад розвитку підприємництва, узагальненню практичного досвіду успішного бізнесу. Розглядаються різні аспекти підприємницької діяльності, зокрема: стратегічне управління в підприємстві; економіка та організація бізнесу; інновації в підприємстві: стартапи, електронна комерція, Інтернет-бізнес; управління людськими ресурсами; роль бізнесу в забезпеченні сталого розвитку.

Розрахований на фахівців, які професійно займаються підприємницькою діяльністю, суб'єктів публічного управління та адміністрування, науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

За зміст та мовно-стилістичне редагування відповідальність несуть автори.

Організаційно-редакційний комітет: д-р екон. наук, проф. О.Г. Вагонова (голова), доц. Л.В. Тимошенко, доц. Ю.І. Літвінов.

ЗМІСТ

Вагонова О.Г. Розвиток підприємництва в умовах поствоєнної економіки.....	5
Ус С.А., Юдіна А.О. Дослідження динаміки кількості ветеринарних клінік в Україні за 2014-2020 роки.....	7
Матюха М.М. Роль інформаційного забезпечення у стратегічному розвитку бізнесу.....	9
Терещенко С.І., Гарбуз Є.О. Розробка стратегії розвитку підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу.....	11
Пономарьов Р.А., Чернобаєв В.В. Підвищення ефективності діяльності підприємницької структури.....	13
Терещенко С.І., Гордієнко С.Л. Сучасні напрями розвитку торговельного підприємства.....	14
Терещенко С.І., Гордієнко С.Л. Заходи, щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності торговельних підприємств.....	16
Воронько-Невіднича Т.В., Носенко В.О. Засади сталого розвитку підприємств агропродовольчої сфери.....	18
Терещенко С.І., Литвиненко О.М. Напрями розвитку підприємництва в аграрному секторі економіки України.....	20
Тимошенко Л.В., Доброштан Ю.М. Особливості посередницьких послуг малого підприємництва у сфері забезпечення трудовими ресурсами.....	22
Терещенко С.І., Бас О.Ю. Креативні підходи, щодо розвитку торговельного підприємства.....	23
Терещенко С.І., Петухов А.Ю. Фінансові стратегії підтримання конкурентоспроможності підприємницької діяльності.....	25
Бережна В.В., Чернобаєв В.В. Сутність та основні підходи до управління ефективністю діяльності підприємницької структури.....	27
Герасимова Д.Д., Літвінов Ю.І. Розвиток туристичної галузі в сучасних умовах..	29
Липовецька Ю. М., Ніколайчук О. А., Аналіз фінансового ризику підприємства на основі зміни його фінансових результатів.....	30
Терещенко С.І., Тінгаєв В.О. Форми матеріально-технічного забезпечення малого бізнесу.....	31
Ксенишина М. Р., Радзіховська Л. М. Дослідження впливу економічних факторів на розвиток внутрішнього туризму в Україні.....	32

Дідух В.С., Літвінов Ю.І. Розвиток підприємств кондитерської галузі.....	35
Мартиненко Н.В., Дрощенко Т.Ю. Нормативно-правова база європейського союзу щодо регулювання застосування штучного інтелекту.....	36
Гутарева Ю.В., Магдієв А.М. Переваги використання краудтехнологій в управлінні підприємницьких структур.....	38
Ковтун Є.С., Шаповал В.А. Особливості управління бізнес-проектами в сфері NFT-активів.....	39
Копішинська О.П., Канцібер Д.С. Системи управління проектами: порівняльна характеристика функціональних можливостей та зручність використання для бізнесу.....	41
Пилипенко В.В. Підвищення продуктивності праці: мотивація персоналу чи інновації?.....	43
Дервіш Д.С., Будякова О.Ю. Венчурне фінансування стартапів.....	44
Шарко В.В., Павлишина С.В. Особливості маркетинг-плейсів в умовах воєного стану.....	46
Колесник Р.Д., Шаповал В.А. Сабатікал та дауншифтинг як інструменти розвитку проектної команди.....	48
Терещенко С.І., Загородній М. Мотиваційні заходи, щодо підвищення продуктивності праці підприємств середнього бізнесу.....	50
Тимошенко Л.В., Філатова А.А. Досвід забезпечення сталого розвитку компанії «Нова Пошта».....	52
Eugen Terekhov. Finanzielle Unterstützung des Wiederaufbaus der Ukraine durch EU als herauführung des Landes an die EU-mitgliedschaft.....	54
Лукін О.О., Романюк Н.М. Ризики та напрями розвитку суб'єктів підприємницької діяльності в умовах кризи.....	57
Царапкін М.О., Чорнобасів В.В. Розвиток підприємницької діяльності в медичній сфері в умовах війни та поствоєнного відновлення України.....	59
Клименко А.Т., Вагонова О.Г. Врахування множинності та взаємодії чинників, що зумовлюють виникнення конфліктних ситуацій у межах організаційного середовища.....	61

*Мартиненко Наталія Василівна,
провідний науковий співробітник
доктор філософії в галузі публічного управління та адміністрування,
Дроценко Тетяна Юріївна,
науковий співробітник
Національний науковий центр
«Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса»*

НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Сьогодні на міжнародному рівні та рівні держав активно ведеться розробка нормативно-правової бази регулювання відносин застосування штучного інтелекту. Ця технологія є вкрай перспективною і може бути використана у різних сферах суспільного життя: у публічному управлінні, сільському господарстві, судово-експертній діяльності, медицині, транспорті, освіті тощо. Технологія штучного інтелекту є інноваційним, науковим та високотехнологічним продуктом, який комплексно впливає на різні сфери суспільного життя, безпеку тощо. У зв'язку з цим важливими видаються питання формування правових підстав регулювання даної технології, експериментальних правових режимів, створення технологічних стандартів, правил, які унеможливають заподіяння шкоди людині, суспільству, державі та навколишньому середовищу.

У Європейському союзі (далі – ЄС) ведеться потужна наукова робота по вивченню питань регулювання відносин щодо використання технологій штучного інтелекту. ЄС розвиває правову основу для функціонування Єдиного цифрового ринку, щоб протидіяти фрагментації, яка може виражатися у відмінності вимог до продуктів послуг у сфері технологій штучного інтелекту в державах ЄС, у тому числі до їх використання, відповідальності у цій сфері, нагляду з боку державних органів; у зниженні правової визначеності як для постачальників, так і для користувачів систем, оснащених штучним інтелектом.

Правову основу регулювання відносин у сфері створення, використання та впровадження штучного інтелекту становлять такі документи.

Резолюція Європарламенту для Європейської комісії щодо норм цивільного права про робототехніку від 16 лютого 2017 р. [1]. У документі розглядаються основні засади розвитку робототехніки та штучного інтелекту, етичні засади, стандартизація, безпека таких пристроїв тощо.

Декларація про співробітництво в галузі штучного інтелекту від 10 квітня 2018 р. [2]. Згідно з документом держави-учасниці вирішують завдання щодо розвитку технології штучного інтелекту, інноваційних бізнес-моделей, прискорення економічного зростання, створення нових висококваліфікованих професій та трансформації ринку праці, створення правової та технічної основи для використання відповідної технології, а також проведення наукових досліджень у даній сфері, створення наукових центрів та обміну національним досвідом.

Комюніке «Штучний інтелект для Європи» від 25 квітня 2018 р. [3]. Документ містить приклади використання штучного інтелекту у різних сферах. Мета документа – технологічне та індустріальне використання штучного інтелекту в приватному та публічному секторі; проведення підготовчих робіт для соціоекономічних змін у галузі освіти, у сфері праці тощо; розвиток етичної та правової основи у ЄС на основі цінностей, закріплених у правовій базі ЄС.

Керівництво з етики для надійного штучного інтелекту від 8 квітня 2019 р. [4]. Документ містить сім основних вимог, які мають виконуватися стосовно системи штучного інтелекту: підконтрольність людині, нагляд; технічна безпека; недоторканність приватного життя, конфіденційність та управління даними; прозорість; відсутність дискримінації та справедливості; суспільне та екологічне благополуччя; підзвітність.

9. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules On Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union Legislative Acts COM/2021/206 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206> (дата звернення: 30.04.2023).

10. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> (дата звернення: 30.04.2023).

Гутарева Юлія Василівна

доцент, кандидат економічних наук

Магдієв Алі Магамедович

Студент 4-го курсу, спеціалізації «Менеджмент інноваційної діяльності»

Державний університет «Одеська політехніка»

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУДТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Сьогодні суспільство готує велику кількість висококваліфікованих фахівців різних областей. Однак самотійно досягти успіху в умовах сучасної управлінської, технологічної, комунікаційної та соціальної парадигм складно. Тому необхідно застосовувати способи та підходи соціокомунікаційної взаємодії.

Одним з таких підходів може бути використання краудтехнологій як ефективного інструменту управління та взаємодії.

Краудтехнологія – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що англійською визначається як «Crowd») за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкої громадськості, для розв'язання конкретних завдань підприємств чи організацій. Краудтехнології знаходять своє відбиття у багатьох процесах управління підприємством: краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекрутинг, краудмаркетинг.

Розглянемо більш детально кожне напрушення краудтехнологій.

Краудсорсинг – делегування певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, для отримання необхідних ідей, послуг, спрямованих насамперед на онлайн спільноту, при координації їх діяльності за допомогою інформаційних технологій. Краудсорсинг є способом залучення «колективного розуму» різноманітних індивідів до розв'язання проблеми організації, продуктивного досягнення її цілей.

Краудсорсинг призвів до такого поняття як краудфандинг. Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowd funding, crowd – «натовп», funding – «фінансування») – збір коштів для реалізації проєкту від багатьох людей. У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) це поняття означає «народне фінансування». Проєкти можуть бути соціальними, комерційними, політичними тощо [3]. Це колективна участь людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси, зазвичай через Інтернет, для підтримки зусиль інших людей чи організацій.

Швидко розвивається краудворкінг (crowd – натовп і working – робота). Компанії можуть наймати людей з усього світу для виконання важливих завдань, і їм навіть не потрібно виходити з дому [1].

Краудрекрутинг – це спосіб відбору найбільш перспективних векторів професійних компетенцій, необхідних конкретній компанії на основі результатів їх роботи в краудсорсинговому проєкті, тобто шляхом спостереження та оцінки діяльності учасників у модельній ситуації, що імітує робочий процес.

Краудмаркетинг (англ. Краудмаркетинг, натовп – «натовп», маркетинг – «реклама») – це метод просування, що включає низку заходів на збільшення продажів конкретного товару,