



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної
науково-практичної конференції

**«МЕНЕДЖМЕНТ ХХІ СТОЛІТТЯ:
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ»**

19 травня 2022 року

Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
ГО «Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
ТОВ «Науково-виробничий центр сертифікації,
метрології та стандартизації»
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Science and research institute of social and economic development (Чехія)
Leibniz institute of agricultural development
in transition economies (Німеччина)
International centre for enterprise and sustainable development (Гана)
ISMA University (Латвія)
Administration of the universidad Carlos III de Madrid (Іспанія)
School of marketing, UNSW business school UNSW Sydney (Австралія)
Кооперативно-торговий університет Молдови
Євразійський національний університет ім. Л. Н. Гумільова (Казахстан)

Матеріали

VI Міжнародної науково-практичної конференції
«Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики»

19 травня 2022 р.

Полтава 2022

УДК 005 «20»
М 50

Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. 1310 с.

У матеріалах конференції розглядаються загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти методології та практики сучасного менеджменту.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

Редакційна колегія:

В.І. Аранчій, к.е.н., професор, ректор Полтавського державного аграрного університету,

О.А. Галич, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

Т.В. Воронько-Невіднича, к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

М.В. Зось-Кіор, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Viktorii Riashchenko, Dr.oec., Prof., Expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science, Riga, Latvia,

Emmanuel Kwesi Boon, Prof., Director of International Affairs International centre for Enterprise and Sustainable Development (ICED), Accra, Ghana,

Vladimir Melnyk, Dr., Associate Professor of Marketing Department of Business Administration University Carlos III of Madrid

Д.В. Дячков, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

І.П. Потапюк, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено

новий рівень суспільного, технологічного розвитку, євроінтеграційні процеси актуалізують запит на активну державну (а сьогодні вже і міждержавну) політику, яка була б здатна координувати й узгоджувати основні тренди (мегатренди) кардинальних структурних, технологічних, інституційних змін.

Зважаючи на особливості протікання процесів цифровізації бізнесу і приймаючи до уваги ризику, з якими можуть зіткнутися ключові галузі і економіка загалом, варто виділити цифрові можливості механізму державного регулювання.

Отже, слід зазначити, що активна цифровізація бізнесу дає можливість враховувати загальноєвропейські тенденції розвитку та історико-культурні особливості територій, також тенденції щодо ефективного функціонування та поновлення діяльності суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

Список використаних джерел:

1. Городянська Л.В. "Цифровізація відтворювальних економічних ресурсів: можливості та перспективи." Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 19-20 вересня 2019 р. Київ: УкрІНТЕІ, 2019. 404 с.

О.М. Мартин, к.е.н., доцент

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Управління збутовою діяльністю підприємства є базовим визначником успішної і ефективної діяльності підприємства. Реалізація як тактичних, так і стратегічних управлінських заходів на підприємстві стосовно збуту продукції є основою для створення оптимальної збутової діяльності на підприємстві, яка враховує можливості підприємства і сприяє максимальному задоволенню платоспроможного попиту споживачів, тобто забезпечує високу ефективність функціонування обидвох сторін в ринковому середовищі.

В процесі маркетингового управління процесами реалізації товару підприємство вирішує наступні завдання: вибір каналів збуту; відбір посередників, тобто торговельних структур, які

будуть забезпечувати доведення товару до кінцевого споживача; вибір форми торгівлі; організацію транспортування, складування, зберігання товарів; управління й контроль за каналами розподілу.

Управління збутовою діяльністю підприємства базується на конкретних методологічних засадах, основними з яких є:

1) наявність товару на ринку, який відповідає потребам і попиту споживачів;

2) наявність відповідної інфраструктури для здійснення збутової діяльності, зокрема, складських приміщень, торгових приміщень (як орендованих, так і власних), транспортних засобів, банків, посередницьких структур, товарних бірж;

3) наявність інформаційного забезпечення для обслуговування збутової діяльності – необхідна інформація про посередників, конкурентів, умови реалізації товару, наявність чи відсутність ризиків тощо. Стосовно інформаційного забезпечення, то слід зауважити, що інформація для забезпечення високої ефективності збутової діяльності повинна бути повною, об'єктивною і, звичайно, актуальною. Саме такий підхід до наявної інформації забезпечує підприємству оперативне і швидке реагування на ринкові зміни в величині попиту, цінах, наявності конкурентів, появу нових конкурентів, дозволяє підприємству створити якісне обслуговування споживачів;

4) вибір каналів збуту, які є найоптимальніші на конкретний момент часу – формування непрямих аналіз розподілу з використанням торгових посередників пришвидшує реалізацію товарів і підвищує ефективність збутової діяльності підприємства. Саме необхідність додаткових значних фінансових ресурсів, а також кваліфікованого персоналу для проведення збуту і обумовлює використання і залучення торгових посередників для пришвидшення процесу збуту;

5) забезпечення збутової діяльності кваліфікованими кадрами, зокрема, працівниками, які добре знають ринок, мають професійні навички для роботи зі споживачами, добре володіють інформацією про товари, які вони просувають на ринку;

6) фінансове забезпечення збутової діяльності підприємства – це фінансові витрати, пов'язані з орендою приміщень,

обладнання, купівля торгових площ і забезпечення їх функціонування;

7) системний підхід до управління збутовою діяльністю підприємства, який передбачає послідовність і поетапність проведення процесу збуту продукції та взаємозв'язок всіх учасників цілісного процесу збутової діяльності підприємства [2, с. 119-120].

Управління збутовою діяльністю підприємства можна і доцільно розглядати як певний кругообіг, як безперервний процес. Цей безперервний процес можна розглядати за конкретним алгоритмом:

1) спочатку аналізують можливості та наявні обмеження, ризики та нові можливості, тобто проводиться ситуаційний аналіз;

2) формуються конкретні цілі збуту;

3) на цьому етапі необхідно здійснити порівняння бажання із реальністю, тобто порівняння цілей збуту із фактичною ситуацією на підприємстві, в результаті чого виокремлюються пріоритетні заходи і розробляється їх фінансування;

4) проводиться планування збутовою діяльності, розробляються заходи для усунення відхилень цілей від наявної конкретної ситуації на підприємстві, виділяються фінансові і інші ресурси для подолання реальних відхилень, які отримані в результаті аналізу;

5) здійснюється реалізація запланованих заходів;

6) контроль і аналіз реалізації досягнутих цілей [1, с. 68].

Фактично в процесі управління збутом продукції підприємства відбувається постійна взаємодія маркетингу (збутова діяльність є зорієнтована на задоволення потреб споживачів з урахуванням розширення асортименту продукції, встановлення відповідних цін і побутова системи комунікації зі споживачами), логістики (просування товару відбувається у визначений час і у визначеному місці із забезпеченням високої якості як товару, так і процесу реалізації) і фінансів (орієнтація підприємства на окупність витрат, забезпечення високого рівня рентабельності і максимізації підприємницького прибутку). Тому в комплексі в процесі управління збутом продукції підприємства вирішується низка завдань, поєднуючи логістику,

маркетинг і фінанси у збутовій діяльності

У сучасних умовах управління збутовою діяльністю підприємства має бути орієнтоване на максимально зручне, ефективне, швидке та якісне задоволення потреб споживачів при збереженні високої ефективності господарської діяльності та її фінансових результатів.

Список використаних джерел:

1. Безугла Л.С., Рибак І.О. Формування збутової політики аграрного підприємства. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 33. С. 65-69
2. Матвієць О.В., Кошевська М.В. Збутова діяльність як складова частина господарської діяльності підприємства. Modern economics. 2018. № 3. С.116-121.

Л.О. Матвійчук, к.е.н., доцент
Хмельницький національний університет

**ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ
ЕКОНОМІКИ**

На сучасному етапі розвитку Україна, зіткнулася з рядом глобальних викликів, зокрема пандемією гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 (2019-2022 роки) та введенням воєнного стану, спричиненого військовою агресією Російської Федерації, що змусило значно скоригувати пріоритети державної політики та змінило умови функціонування для вітчизняних підприємств. Велика кількість підприємств різних секторів економіки зіткнулася з неможливістю провадити господарську діяльність, втратила доходи та опинилася на межі закриття. Діяльність інших підприємств була суттєво обмежена. Саме тому, значно зросла необхідність розробки та впровадження нових інструментів підтримки фінансової безпеки підприємств різних сфер і галузей економіки.

Фінансова безпека суб'єктів господарювання тісно пов'язана з фінансовою безпекою держави, оскільки саме підприємства створюють додану вартість, яка на державному рівні формує валовий внутрішній продукт. Крім того, підприємства є основними платниками податків, від яких залежить формування доходної частини державного та місцевого бюджетів.

<i>О.В. Майор, М.В. Кучинський</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ.....	1052
<i>В.В. Малтиз</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ.....	1054
<i>О.М. Мартин</i> УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ	1057
<i>Л.О. Матвійчук</i> ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ЕКОНОМІКИ	1060
<i>О.В. Нагорна, А.С. Зуйкова</i> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	1063
<i>О.В. Нагорна, М.М. Ткачук</i> МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ, ЯК ОДИН З ГОЛОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	1066
<i>О.В. Орлик, А.В. Васюта</i> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ПРОСУВАННІ БІЗНЕСУ	1068
<i>Ю.С. Паніж, Н.В. Костромін</i> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	1071
<i>І.В. Пивавар</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ	1073
<i>Н.М. Пилипенко, В.В. Пилипенко</i> ВИКОРИСТАННЯ ТРЕНД-СЕЗОННИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ПОСТАВОК БУДІВЕЛЬНИХ ТОВАРІВ.....	1075
<i>Ю.М. Попова</i> АДАПТАЦІЯ БІЗНЕСУ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ.....	1077
<i>В.І. Порфіренко, М.В. Сорока</i> THE STAGNATION OF ONLINE MARKETING TECHNOLOGIES AT THE TIME OF WAR AND PANDEMIC EXCHANGES	1080
<i>В.Ф. Пуртов</i> МЕХАНІЗМ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МЕДИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	1083
<i>Я.П. Пухальська</i> ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА	

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	1086
<i>Н.В. Сабліна</i>	
ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИ ТА ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ	1088
<i>Т.О. Сазонова, Т.В. Солодчук</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ	1091
<i>І.А. Сисоєнко, Д.О. Карлюка, В.М. Продан</i>	
АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ	1094
<i>Н.А. Славіна</i>	
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	1096
<i>В.Д. Хурдей</i>	
МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У МИТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ .	1098
<i>В.Д. Хурдей, М.В. Гета</i>	
МАРКЕТИНГОВИЙ КОУЧІНГ ТА ПОВНОЦІННИЙ СУПРОВІД: У ЧОМУ РІЗНИЦЯ	1102
<i>В. Хурдей, О. Лісняк, Д. Наконечний</i>	
МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	1105
<i>Н.М. Чернікова, В.О. Стівба</i>	
ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ	1108
<i>І.І. Хилько</i>	
МОДЕЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ	1110
<i>Yang Yang</i>	
ANALYSIS ON THE DEVELOPMENT OF MARKETING THEORY FROM THE PERSPECTIVE OF CONSTRUCTION ENTERPRISES	1113
<i>Р.Ю. Агакерімова</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	1116
<i>В.А. Білоус</i>	
ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ	1119
<i>А.С. Загородня</i>	
УЗАГАЛЬНЕННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВ	1121
<i>В.А. Оваденко</i>	
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА	1124