

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**



***Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля:
сучасний стан, напрямки розвитку***

**III Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція**

Тези доповідей

27 жовтня 2022 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

БУДІВЕЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в
будівництві

III Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція

***Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля:
сучасний стан, напрямки
розвитку***

Тези доповідей

27 жовтня 2022 року

**м. Київ
2022**

УДК 339.138.631.11
М75

*Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено*

М75 Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 29 квітня 2021 року): тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ, 2022. 478 с.

У збірнику опубліковано матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Наведено результати досліджень з інноваційного підприємництва: маркетингу і менеджменту; стану і напрямів розвитку сучасної торгівлі; основних питань управління якістю та безпечністю товарів та послуг; шляхів удосконалення логістичних систем на ринку товарів з урахуванням воєнного стану; маркетингових досліджень товарів і ринків; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту підприємницьких структур; особливостей використання сучасних будівельних товарів в умовах воєнного стан та відновлення бази будівництва для повоєнної відбудови України; формування професійних компетентностей підприємців і маркетологів на сучасному етапі.

Відповідальний за випуск: Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор

Матеріали друкуються в авторській редакції. Втручання в обсяг та структуру матеріалів максимально зменшено

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ КОМІТЕТ

Куліков П. М. – д-р. екон. наук, професор, ректор КНУБА (м. Київ) – *голова міжнародного наукового комітету*;

Чернишев Д. О. – д-р. техн. наук, професор, перший проректор КНУБА (м. Київ) – *співголова*;

Гоц В. І. – д-р. техн. наук, професор, декан будівельно-технологічного факультету КНУБА (м. Київ) – *співголова*;

Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА, віце-президент Академії будівництва України (м. Київ) – *співголова*;

Лич В. М. – д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА (м. Київ) – *співголова*;

Притульська Н. В. – д-р. техн. наук, професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Державного торговельно-економічного університету (м. Київ);

Дубас Р. Г. – д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (м. Київ);

Лозова Т. М. – д-р. техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету (м. Львів);

Павлова В. А. – д-р. екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро);

Бондар-Підгурська О. В. – д-р. екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (м. Полтава);

Stoykova Temenuga – Associate Professor, PhD, Department of Commodity Science, University of Economics-Varna, (м. Варна, Болгарія);

Kuzior Aleksandra, dr hab., prof. PŚ, Vice-Dean for Cooperation and Development, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща);

Dźwigol-Barosz Mariola, dr hab., prof. PŚ, Department of Management, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща).

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Ляліна Н. П. – д-р. техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ) – *голова*;

Самойленко А. А. – канд. техн. наук, доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ) – *заступник голови*;

Юдічева О. П. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ) – *заступник голови, координатор*;

Дименко Р. А. – д-р. екон. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Павлишин М. Л. – канд. техн. наук, доцент, завідувач кафедри управління та експертизи товарів Львівського національного університету імені Івана Франка (м. Львів);

Глебова А. О. – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту і логістики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (м. Полтава);

Романенко О. В. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Вотченікова О. В. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Алавердян Л. М. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Даценко Б. М. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Огороднік І. В. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);

Новікова В. В. – канд. техн. наук, старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (м. Харків);

Куницький М. В. – директор ТЦ «Епіцентр К 7» (м. Київ);

Паламарчук О. К. – комерційний директор ТЦ «Епіцентр» (м. Боярка);

ЗМІСТ

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ

Куліков П. М., Захарченко П. В., Дименко Р. А. Можливі напрями реалізації державно(публічно)-приватного партнерства у програмах повоєнної відбудови України	13
Абрагамович М. Ю. Суть та значення стратегії менеджменту підприємства	16
Бородін Б. М. Структурні перетворення в економіці як фактор стимулювання розвитку підприємництва	19
Газукін А. Г. Оцінювання інноваційного потенціалу будівельних підприємств	21
Глебова А. О., Бондар-Підгурська О. В. Краудфандинг і фандрейзинг як авангардні інструменти фінансування та стимулювання розвитку стартапів в умовах цифрової економіки	25
Горбань Ю. В., Приходько Д. О., Чіркінян О. А. Сучасні системи адміністрування будівельними організаціями	29
Горбач М. В., Мельничук А. Ю. Новітні підходи щодо економічної діагностики та стратегічного менеджменту будівельних підприємств	33
Григорян А. С. Управління формуванням та розвитком організаційної культури підприємства	34
Денисенко Т. М., Стеценко Р. І. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні	36
Дудар В. Т., Деркач П. Д., Діловий В. А. Цифровий маркетинг в контексті інструментів маркетингу	41
Дудар В. Т., Ільницький А. П., Мархевка О. М. Цифровий маркетинг в сфері охорони здоров'я	43
Дименко Р. А., Мурашкіна О., Ковалець К. Інтернет-маркетинг як вимога часу для бізнесу	45
Довбня С. Б., Папуша І. В. Характерні риси інноваційного стратегічного менеджменту	48
Дубас Р. Г., Мельничук Н. Ю. Енергетичне підприємництво в умовах війни	51
Жарков О. О. Сучасні підходи до управління мотивації персоналу підприємства	55
Івахненко І. С., Чурило М. М., Лазаренко Ю. А., Лазарчук О. В. Обґрунтування вибору цільового сегменту ринку для виведення інноваційної продукції вітчизняними будівельними підприємствами	58
Кліпкова О. І., Синьовська Н. А. Особливості процесу управління малими підприємствами	61

Козак Л. С., Федорук О. В. Формування сучасної системи правового забезпечення економічної безпеки бізнесу в Україні	63
Кондратюк Ю. В. Генезис інтелектуального капіталу будівельних підприємств: теорія та практика розширеного відтворення	65
Коцупей В. М. Проблеми сучасного менеджменту	69
Куницька-Іляш М. В. Політика розвитку інноваційного підприємництва в пріоритетних галузях	72
Кутліна І. Ю., Попов Р. В. Окремі аспекти розвитку малого бізнесу в умовах воєнного стану	75
Лиса Т. В., Підгора М. А. Окремі аспекти дослідження споживачів товару	78
Mahar D.E., Orlova O.V. The Development of Innovative Activities of the Enterprise	80
Маренич А. І., Олійник Є. В. Аналіз малого бізнесу, як джерела соціально-економічного розвитку	82
Марченко С. М., Сосідко К. Р. Маркетинг відносин як інноваційний стратегічний напрям залучення і утримання лояльних клієнтів	85
Марченко С. М., Степанюк К. О. Інноваційний підхід до розробки стратегії диверсифікації в діяльності підприємств	89
Марчук В. В, Шевченко А. В. Мобільний додаток як інноваційне рішення у напрямку покращення Customer Experience	92
Мосієнко О. В., Маліновська К. О. Стан та розвиток екологічного маркетингу	94
Нестеренко С. С. Управління системою маркетингових комунікацій банківської установи	97
Нечипоренко А. В. Особливості стратегічного управління місцевого розвитку	100
Омельяненко М. М. Бізнес-моделі управління виробництвом та торгівлею в умовах війни та державна політика підтримки підприємництва	102
Павлишин М. Л., Захарчин Р. М. Про антикризові заходи підприємств харчової індустрії	105
Петровська Д. В., Приходько Д. О., Єськов А. А. Інноваційні механізми управління інвестиційними проектами	107
Петруха Н. М., Гончаренко О. О. Кращі світові практики управління персоналом будівельних підприємств	110
Поколенко В. О., Полькін К. К. Особливості інноваційного вектору розвитку управління будівельним підприємством	114
Помісячна О. М. Інноваційні маркетингові стратегії	117
Процикевич К. І. Формування та розвиток потенціалу інноваційної діяльності ІКТ-стартапів	118
Романенко О. В., Алавердян Л. М. Управління інноваціями на підприємствах	121

Саврас І. З. Інноваційна діяльність підприємств: інформаційно-аналітичне забезпечення підтримки управлінських рішень	124
Свергун А. П. Розвиток транспортної галузі в умовах воєнних загроз	128
Свидрук І. І. Перегляд управлінських підходів до мотивування працівників	130
Середюк К. В. Оцінка загального стану та тенденцій розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств України	132
Сидорчук О. Г. Поняття психологічної готовності до управління	136
Солодко В. А. Управління ризиками сучасних підприємств	138
Трут О. О., Кудла Н. Є. Підприємницька діяльність жінок – основа активізації сільських територій	141
Турянський Ю. І. До питання управління стійкістю соціальної організації	144
Щупаківський Р. В. Вплив глобалізації на інноваційно-технологічний розвиток суб'єктів ІКТ -бізнесу	146

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ СТАН І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ТОРГІВЛІ

Браїлко А. С., Мухін В. А. Експортний потенціал України на ринку кормів для домашніх тварин	148
Дернова І. А., Боровик Т. М. Вплив COVID-19 на стан малого та середнього бізнесу в Україні та Європі	152
Довгаль А. П., Косминський І. В. Критерії вибору торгового обладнання для роздрібної торгівлі	156
Дрожжин Д. Ю., Володавчик В. С. Сучасний стан ринку морозива в Україні	160
Калюжна А. І., Антюшко Д. П. Аналіз світового ринку пшениці в умовах війни в Україні	162
Кириченко А. В., Шістя А. М. Стан та напрями розвитку оптового та роздрібного товарообороту в Україні	166
Клепанчук О. Ю. Роль соціально-економічної безпеки в управлінні розвитком вітчизняної торгівлі	169
Козьмук Н. І., Микитюк Я. Ю. Стан, проблеми та перспективи розвитку страхового ринку в Україні	171
Лупак Р. Л., Яремчук Д. П. Концептуальні положення стратегії розвитку торгівлі в системі державної економічної політики	173
Мойсієнко О. В., Романенко О. В. Сучасний стан та перспективи обігу криптовалюти в Україні	175
Омельченко Н. В., Семенова В. В. Сучасні тенденції еволюції асортименту шкарпеток	178
Самойленко А. А., Кулік А. В. Характеристика основних імпортерів керамічної плитки	185

Фесенко В. С., Антюшко Д. П. Аналіз ринку кави та особливостей її споживання	189
Чорненька Л. Г. Основні аспекти діяльності підприємств торгівлі	192
Шуба М. В., Фетісова А. С. Сучасний стан зовнішньої торгівлі між Україною та Алжиром	195
Шумський О. В., Попович Н. І., Височанська О. В. Особливості організації роздрібної торгівлі і формування асортименту БМВУП у торговельному підприємстві сучасного формату	197

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Антюшко Д. П. Актуальність розробки та впровадження спеціальних харчових продуктів для підвищення імунітету організму	203
Белінська С. О., Мороз О. О., Герц І. В. Якість горіхів: товарознавчий аспект	206
Бойдуник Р. М. Мікробіологічна безпечність нових вафельних тортів із використанням нетрадиційної сировини	209
Бужанська М. В., Бужанський М. М. Небезпека розфарбованого пакування для здоров'я споживача	212
Ганузек Л. М. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	214
Гирка О. І., Бодак М. П. Інноваційний підхід до контролю якості олієжирової продукції в лабораторії та на виробництві	217
Доманцевич Н. І., Гейдаров Р. С. Вплив технології виготовлення на властивості теплоізоляційних матеріалів із полістиролу	219
Дудла І. О., Обейко В. С. Асортимент сучасних автошампунів	220
Кондрук А. М. Якість і безпечність від корму до продуктів харчування	224
Лозова Т.М. Управління якістю і безпечністю харчових продуктів у сучасних умовах	227
Мартиросян І. А., Пахолюк О. В., Коваленко Н. С. Ресурсозберігаючий спосіб отримання тканин з антимікробними властивостями	230
Мельник В. Т., Шинкаренко В. І., Ковальчук Ю. І. Дослідження шахтної води шахти «Тернівська» Криворізького залізорудного басейну	233
Новікова В. В. Товарна якість плодів сливи з покриттям плівкоутворюючої композиції	236
Павлишин М. Л., Бурак Є. І., Гнітецький В. С. Актуальні проблеми вітчизняного ринку солі	240
Павлова С. І., Зайчук А. В. Методи оцінки відповідності безпечності надаваних послуг у сфері обслуговування	245

Пелик Л. В., Пелех Ю. А. Вимоги до контролю якості і безпеки парфумерно-косметичної продукції	248
Пушкарьова К. К., Кочевих М. О. Життєвий цикл будівельних об'єктів та економіка замкненого циклу	251
Рис І. А., Мартинова І. М. Проблема якості продукції на сучасному етапі	254
Собчук І. С. Аспекти дослідження споживних властивостей екологічно чистих продуктів, виготовлених із зернових культур	257
Соляр Л. В. Безпечність та якість харчових продуктів у системі національної економіки	260
Швець Л. В., Гайдай Г. Г., Дудка Т. В. Якість послуги як основна конкурентна перевага сервісного підприємства	264
Юдічева О. П., Федотова Д. І. Балова оцінка натуральної смаженої кави в зернах ботанічного виду Арабіка	267

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА РИНКУ ТОВАРІВ З УРАХУВАННЯМ ВОЄННОГО СТАНУ

Демидчук Л. Б. Просування та реалізація локального товару за допомогою комп'ютерних мереж, заснованих на застосуванні <i>INTERNET</i> -протоколів	271
Зеленська А., Самойленко А. А. Теоретичні аспекти управління логістикою запасів	275
Павлишин М. Л., Гонта Д. В. Про проблеми збереження культурного надбання українців в умовах сьогодення	280
Сапожник Д. І. Напрямки та проблеми використання безпілотних літальних апаратів в Україні	284
Філь М. І., Гирка О. І. Реалії постачання харчових продуктів в умовах воєнного стану в Україні	288

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРІВ І РИНКІВ

Вотченікова О. В., Нерода О. П. Стратегії маркетингу взаємодії на ринку лакофарбових товарів	291
Галушка О. І., Самойленко А. А. Дослідження стану та перспективи розвитку ринку керамічної плитки	293
Данильченко Н. О., Захарченко П. В. Маркетингові дослідження ринку цементу в Україні	297
Демидова О. О., Шатрова І. А. Маркетингові дослідження як фактор успіху в діяльності будівельного підприємства	299
Заяць Я. І., Беднарчук М. С., Попович Н. І., Шумський О. В. Новий напрям застосування маркетингових досліджень	303

Луців Н. В., Прісний А. О. Стан ринку лакофарбових матеріалів в Україні	306
Ляліна Н. П., Сауляк О. О. Ринок декоративних штукатурок в Україні	310
Марченко С. М., Жук А. І. Дослідження ринку індустрії моди: стан та перспективи розвитку	314
Марченко С. М., Зінченко О. О. Сучасні інформаційні технології у маркетингових дослідженнях	318
Обіход Т. В. Тенденції розвитку і шляхи подолання проблем мікроекономіки України в умовах воєнного стану	321
Подойніцин С. В. Відмінності формування договірної ціни підприємств будівельної галузі	324
Козьмук Н. І., Пунейко С. Р. Маркетинг в страхуванні	327
Самойленко А. А. Фактори впливу на розвиток ринку соків	330

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Гаврись М. О., Гаврись О. О. Проблеми відновлення об'єктів основних засобів підприємств під час війни та у післявоєнний період	334
Гаврись П. О., Гаврись О. М. Німецький досвід організації аудиту будівництва	338
Гаман Г. В. Застосування аутсорсингу бухгалтерських послуг у сучасних умовах	340
Гаман Г. В., Кіхтенко Д. А. Облік формування та розподіл прибутку будівельних підприємств	344
Головаш Б. Е., Фурман А. А., Михалевський В. Р. Сучасний стан аудиторського ринку в Україні	347
Головаш Л. В., Кононенко А. Механізми вирішення ключових економічних проблем в Україні	351
Головаш Л. В., Чернявська Ю. Б., Школяренко Ю. О. Аутсорсинг функції внутрішнього аудиту. Переваги для клієнта	354
Дропа І. Ю., Кіріяк В. В. Проблеми обліку заробітної плати на будівельних підприємствах та шляхи їх вирішення	357
Захарчук І. А., Зінченко М. М. Повоєнне відновлення України: етапи, принципи та перспективи	361
Згалат-Лозинська Л. О. Адаптація національної системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності до міжнародних стандартів в сучасних умовах	363
Іванова Т. М. Особливості будівельного виробництва та їх вплив на організацію обліку підприємства	367
Іванова Т. М., Григор О. В. Необоротні активи як об'єкт облікової політики підприємства будівельної галузі	369

Іванова Т. М., Задорожний В. Д. Напрями вдосконалення обліку та контролю операцій із запасами на будівельному підприємстві	372
Корсун І. М. Основні показники діяльності комерційних банків на валютному ринку	376
Кравець О. В. Шляхи мінімізації витрат на логістичну діяльність підприємства	380
Лич В. М. Фіскальна політика і відтворювальні цикли в процесі формування економіки інтелектуально-інноваційного капіталу	382
Михалевський В. Р., Зінченко М. М. Порядок визначення та оцінка доходів і витрат операційної діяльності	387
Мостовенко О. О., Зінченко М. М. Стратегія як план розвитку об'єднаних територіальних громад	390
Поколенко В. О., Логвінський В.Є. Моделі управління активами підприємства	392
Протасов В. В. Особливості розрахунку вартості страв у закладі освіти	396
Проценко А. І., Ярощук І. В. Соціальний захист працівників як складова урбаністичних тенденцій	398
Чернявська Ю. Б., Головаш Б. Е., Головаш Л. В. Вибір організаційно-правової форми власного бізнесу: переваги і недоліки	402

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ

СУЧАСНІ БУДІВЕЛЬНІ ТОВАРИ: ВИКОРИСТАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ; ВІДНОВЛЕННЯ БАЗИ БУДІВНИЦТВА ДЛЯ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ

Амадеус Ербес, Огороднік І. В. Шляхи повоєнного відновлення промисловості будівельної кераміки в Україні	406
Гречанюк В. Г., Чорновол В. О., Гоц В. І. Ерозійна стійкість конденсованих з парової фази композиційних матеріалів на основі міді й молібдену	409
Доманцевич Н. І., Шестопап Г. С. Проблеми формування асортименту теплоізоляційних матеріалів в умовах воєнного стану в Україні	413
Зозулинець В. В., Ковальчук О. Ю. Підбір складу лужноактивованих в'язучих речовин з підвищеною кислотостійкістю	415
Лаповська С. Д., Конопля М. С. Переваги використання автоклавного газофібробетону в сучасних умовах	419
Лаповська С. Д., Конопля М. С., Черненко М. В. Перспективи збільшення виробництва автоклавного газобетону	421
Медведев Т. О. Спосіб виробництва базальтових безперервних волокон промисловим способом	423
Mila Wagner. AN ALTERNATIVE TO THE CONVENTIONAL HOT MIX ASPHALT	426

Островський В. Е., Алавердян Л. М. Панелі з пресованого сільськогосподарського волокна як екологічний інноваційний будівельний матеріал	429
Примак С. Сучасні теплові агрегати для випалу керамічних виробів	432
Рамон Саріо, Польчій О. І., Даценко Б. М. Сучасне обладнання для виготовлення керамічної цегли	434
Хоменко О. С., Даценко Б. М. Енергозберігаюча технологія одержання ангобних покриттів для керамічної цегли	438
Цапко Ю. В., Бондаренко О. П., Цапко О. Ю., Нерода В. П. Особливості передачі тепла через вогнезахищену тканину	441
Цапко Ю. В., Бондаренко О. П., Цапко О. Ю., Жеребчук Д. С. Дослідження теплопровідності виробів з рослинної сировини	444

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПІДПРИЄМЦІВ І МАРКЕТОЛОГІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Бондар В. В., Головач Н. В. Сучасні підходи до розвитку персоналу в організації: практичний аспект	447
Дименко Р. А., Олійник В., Прокопенко Г. Міжкультурні проблеми маркетингових комунікацій	450
Kateryna Zaichenko, Mariia Khartii. EMOTIONAL LEADERSHIP IN MANAGEMENT	453
Козьмук Н. І., Сулейманов Е. А. Соціальна нерівність населення та її вплив на суспільне управління в країні	456
Марченко С. М. Неформальна освіта при підготовці маркетологів в Україні: проблеми та перспективи	458
Моркляник А. Р., Головач Н. В., Пошук та підбір персоналу в охоронних фірмах	462
Омелько М. А. Особливості позааудиторної роботи у формуванні фахових компетентностей майбутніх фахівців	464
Парамош М. І., Дмитренко Г. А. Ключові показники ефективності як сучасний метод мотивації персоналу підприємства	466
Петрова Л. Г., Цимбал С. В. Практична підготовка студентів закладів освіти за дуальною формою здобуття освіти	469
Ромашенко Н. О., Головач Н. В. Формування та розвиток організаційної культури в сучасних компаніях	472
Семенчук О. М., Головач Н. В. Особливості систем мотивації праці підприємств економічно розвинених країн світу	474

- зміни в макросередовищі, зокрема, економічна ситуація в країні, рівень науково-технічного прогресу, зміна форми власності;
- зміни обставин у покупця, зокрема, зміни його фінансового стану, зміни в ціні даного товару, виникнення необхідності іншої покупки, зміни настрою покупця;
- атмосфера в магазині, дії інших покупців, які можуть і стимулювати акт купівлі, і протидіяти його здійсненню
- інші фактори

Підприємство в своїй діяльності має обов'язково враховувати і моделі поведінки споживачів, і зазначені вище фактори, і модель взаємодії маркетингових стимулів та зворотної реакції покупців.

УДК 330.3

THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Mahar D.E.,

student of higher education,
specialty 281 "Public management and administration"

Research supervisor – **Orlova O.V.**

Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv city

In today's globalization, it is impossible to imagine the development of the world economy without the development of science and technology. This is because the growth of science and technology will accelerate the economic growth of scientific production and services. A new direction of growth has begun to take shape through the joint use of knowledge and innovation as important economic resources of world economic production. The term innovation can be interpreted as the transformation of fantastic new products and technologies into a real process as a result of the application of scientific and technical achievements in practice. Innovation is divided into general (global) and partial (local) innovations, depending on the content or internal structure, technical, economic organizational, managerial, life cycle, the legitimacy of the orientation process, regional dimensions.

In the modern world, the innovative component of the development of enterprises is the main source of growth. World practice shows that the sustainable development of production and maintaining its competitiveness in the long term depends on innovation [2, p. 73].

The main condition for innovative development is the use of existing potential and ensuring its growth in those areas that can provide real socio-economic returns.

The methodology of strategic management is a modern tool for managing an organization in the face of increasing changes in the external environment.

An organization's strategy is a master plan of action that prioritizes strategic objectives, allocates resources and sequences in achieving goals over an extended period of time.

The choice of an innovative strategy depends on the state of innovative development. The strategic approach is the basis of innovation management.

There are main types of innovative strategies:

- offensive – characteristic of enterprises that base their activities on the principles of entrepreneurial competition. It is characteristic of small innovative firms;
- defensive – aimed at maintaining the competitive position of the enterprise in existing markets. The main function of such a strategy is to activate the cost-benefit ratio in the innovation process;
- imitation – used by enterprises with strong market and technological positions. It is used by enterprises that are not pioneers in the release of certain innovations to the markets.

Despite the variety of innovative strategies used by enterprises, the behavior of enterprises is predetermined by the scale of the market with which it is inextricably linked and which it focuses on, as well as the attitude of the enterprise to the market [3, p. 12].

The main directions of innovative development of the organization in the modern economy include:

- complex mechanization and automation;
- chemicalization;
- electrification;
- electronization of production;
- introduction of new materials;
- development of new technologies [1, p.39].

At present, the first task of enterprises in the production of finished products is the efficient use of labor resources, material and technical and financial resources, the predominance of prices over profits, increasing the profitability of production. In this regard, given the fact that current property operates in different forms and the conditions of a market economy, then it is necessary to take into account the existence of a competitive environment in this market. In order to achieve the competitiveness of the finished product, the company strives to improve its quality. He is not seriously interested in reducing the costs in this process. The reason is that a certain part of these costs falls on suppliers of raw materials, which reduces the interest of the enterprise in the innovation process. It can be concluded that any enterprise that exports products should pay attention to innovation in its activities, and a lot of work is being done in this direction in our country. This means that the participation of an enterprise that intends to develop its future in innovation, in turn, will increase the quality and competitiveness of the product. Therefore, it is expedient to create a mechanism for the participation of producers of raw materials in industrial innovation, to include this issue in the production plan, as well as in the research plan, ie in the scientific support of innovation.

In order to enter the world markets, you must first have an innovative product and be competitive. The current weakness of the national innovation system in the country is due not only to insufficient funding from the budget, but also to a decrease in the solvency of the business sector to scientific and technical products, a lack of

scientific personnel. In our opinion, the adaptation of Ukraine to the new system of innovation management is reflected, first of all, in the transformation of the entrepreneurial sector to innovative activity, ie the transition from an industrialized economy to a model of innovative economy.

Innovative development is taking place, but at a slow pace. special importance of innovative development is provided by indicators of financing, both from the state and from alternative sources (enterprises and organizations). The need for global competitiveness, the commercialization of innovations, and the need to obtain and maximize profits in the shortest possible time contribute to the growth of funding.

A significant proportion of integrated structures include manufacturers of innovative products related to exchange relations. In such cases, the integration of the innovation process within the limits of production costs, as well as eliminates the economic risks arising from the introduction of innovations at each stage allows to accelerate the integration of the economy into the world community.

Today it is necessary to prioritize innovative financing, to identify industries and areas of activity in which innovative developments will become advanced at the level of enterprises in which it operates.

Innovations require not only significant investments, but also effective management in order to obtain a positive result from their application.

References

1. Innovation management: textbook / ed. prof. V.Ya. Gorfinkel, prof. B.N. Chernysheva. M. : Vuzovsky textbook, 2008. 464 p.
2. Innovations – und Technologiemanagement. Weinheim : Betz Verlag, 2007. 412 p.
3. Wirtschaftsfaktor Umwelt: Innovation, Wachstum und Beschäftigung durch Umweltschutz. Wuppertal : Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, 2006. 12 p.

УДК 334.012

АНАЛІЗ МАЛОГО БІЗНЕСУ, ЯК ДЖЕРЕЛА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Маренич А. І.

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, доцент,

Олійник Є. В.

здобувач вищої освіти, спеціальність 051 «Економіка»
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

З переходом України до ринкової економіки характерним є поширення та розвиток малого підприємництва. Малий бізнес є галуззю підприємництва, що найкраще пристосовується до зовнішніх змін, яка забезпечує податками бюджет та насичує ринки диференційованими товарами та послугами; сприяє розвитку конкуренції; запобігає поширенню монополій; створює нові робочі місця, чим