

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ ЛОГІСТИКИ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**електронне видання
Збірник тез доповідей**

**ДЕВ'ЯТА МІЖВУЗІВСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**



*28 листопада 2019 року
м. Харків*

УДК 656.2

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету:

Перший заступник начальника Національної академії Національної гвардії України з навчально-методичної роботи, генерал-майор, доктор технічних наук, професор, заслужений працівник освіти України **Морозов О.О.**

Заступники голови оргкомітету:

Начальник факультету логістики Національної академії Національної гвардії України, полковник, кандидат військових наук, старший науковий співробітник, полковник **Єманов В.В.**

Завідувач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, кандидат економічних наук, доцент **Черкашина М.В.**

Члени оргкомітету:

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор філософії економічного напрямку, доцент, Заслужений працівник освіти України **Науменко М.О.**

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор економічних наук, доцент **Фісун К.А.**

Старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України **Герасименко В.М.**

Відповідальний секретар оргкомітет

Завідувач лабораторії кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України **Бабіч Л.В.**

Адреси оргкомітету: 61001, м. Харків, майдан Захисників України, 3, Національна академія Національної гвардії України, факультет логістики.

Телефон: 057- 739-26-32, електронна адреса: kafedra_10@ukr.net.

Доповіді відтворені безпосередньо з авторських оригіналів. За достовірність представлених результатів відповідальність несуть автори.

Друкується за рішенням Вченої ради Національної академії Національної гвардії України. Протокол № 11 від 05.12.2019 р.

(<http://nangu.edu.ua>).

ЗМІСТ

Альбоцій О.В. Застосування прогнозування для підвищення ефективності матеріального забезпечення НГУ	9
Андрієць В.С. Напрямки державного впливу щодо підвищення експортного потенціалу підприємств України	11
Барно О.М. Основи економічної та національної безпеки	12
Бідюк А.М. Бізнес-освіта і бізнес: форми взаємодії	14
Білявський В.М. Інноваційна діяльність як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства	15
Бобко Н.А. Оцінювання стану та ефективності використання основних засобів підприємства	17
Богатирьова О.М. Теоретичні основи конкурентоспроможності організації	19
Борисенко І.І. Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємств	20
Бояров В. Є., Рапчак І.І. Поліпшення параметрів роботи з інформаційними джерелами	23
Браткевич В. В., Сидоренко А.О., Брендінг як ефективний метод просування	25
Браткевич В. В., Скуменко П. С. Інтернет-магазин на cms shopify	27
Браткевич В. В., Скуменко П. С. Мова шаблонів shopify liquid	28
Василенко В.П., Баглай В.Ю. Удосконалення організації електронних закупівель у оборонних структурах України	29
Велика О. Ю., Золотухіна Л. М. Особливості управління розвитком персоналу у ІТ-сфері	31
Величко Л.А. Планування стратегії розвитку та її роль у досягненні мети підприємства	33
Вербицька В.І., Бреус В.В. Антикризове управління підприємством	34
Вербицька В.І., Лубенська А.В. Безробіття як одна з найактуальніших проблем суспільства	36
Вербицька В.І., Очкурова Є.К. Удосконалення амортизаційної політики як засіб активізації інвестиційної діяльності підприємств	38
Гавкалова О.Н. Розвиток підприємництва в умовах децентралізації регіонів	40
Гаврюк О.О., Ульянов В.В. Підвищення швидкості створення електронних курсів	42
Ганечко І.Г. Бізнес-ризик в сучасних умовах розвитку	44
Гейдор А.П. Єврооблігації як інструмент залучення інвестиційних ресурсів організації	45
Герасименко В.М. Прийняття управлінських рішень в сучасних ринкових умовах	46
Гончаренко Н.Г., Сипливий П.В. Забезпечення дієвості системи управління через дотримання принципів економічного аналізу	48

Гончарова Т. А. Самоменеджмент як необхідна компетенція сучасного керівника	50
Гончарова Т.А. Особливості менеджменту підприємства згідно з концепції життєвого циклу	51
Гончарук О.Є., Кондул В.І. Управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах	53
Грабовський Є.М., Федосєєв В. Г. Семантичне ядро як основна складова пошукової оптимізації веб-сайту	55
Гринько Т. В. Стратегічна розвідка як невід’ємна частина стратегічного управління у сучасних ринкових умовах	57
Гринюк Н.А. Розвиток експортного потенціалу кооперативного сектору національної економіки	59
Гулак А.Л. Планування та аналіз поточних витрат підприємства	61
Диптан В. П., Тихоненко О. Л., Павленко С. О., Савін А. А. Застосування логістичного підходу під час аналізу функціонування системи матеріального забезпечення військ	63
Дробишева О.О. Особливості та класифікація факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємств	65
Євсевська Л.Є. Стратегічні орієнтири діяльності підприємства в інтеграційних умовах	67
Єгізарова Ю.Л. Аутсорсинг як оптимальна форма кооперації великого та малого бізнесу	68
Єлець О.П. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства	69
Єлець О.П. Методи планування прибутку	71
Жук Т.В. Сутність оцінки досягнень організації	73
Зарівна К.Л. Операційна складова економічної стійкості організації	74
Іванов Є., Бунь К. Проблеми інвестиційної діяльності підприємств в сучасних умовах	75
Іванов В.П., Палаган А.О. Визначення фірмового стилю	77
Каличева Н.Є. Підходи забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту в сучасних умовах	79
Калініченко З.Д. Аспекти конкуренції та конкурентоспроможності підприємства	81
Калінчак О.В., Іванова В.А. Маркетинговий інструментарій для підвищення конкурентоспроможності банківських установ	83
Каплун С.О., Криворотенко М. О. Перспективи удосконалення управлінського обліку речового майна у військовій частині Національної гвардії України	85
Каплун С.О., Питель С.С. Визначення економічної доцільності банно-прального комбінату військової частини Національної гвардії України	86
Квітковський Ю.В. Засвоєння засобів індивідуального бронезахисту як елемент їх ергономічного оцінювання	87
Крамаренко К.М. Сучасні проблеми управління інвестиційною діяльністю	89

підприємств	
Крамаренко К.М., Муратова О.С. Аналіз наукових концепцій управління підприємством	91
Кулешов М.М. Щодо міста і ролі державного матеріального резерву в системі забезпечення національної безпеки та захисті від надзвичайних ситуацій	92
Кучіна С.Е., Ладигін С.А. Втрачені маркетингові можливості підприємства на виставці: причини та об'єктивні обставини	94
Кучіна С.Е., Троянський Б.С. Особливості розрахунку показників рентабельності	96
Ландер А.В., Пасько М.І. Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства	98
Літвиненко М.В., Михайлова О.В. Запровадження сприятливого інвестиційного клімату, як протидія наслідкам фінансово-економічної кризи	100
Літвиненко М.В., Сорокін Є.В. Тенденції щодо капітальних інвестицій у будівельну галузь України	102
Ломовських Л.О., Ковальова О.В. Звіт про управління: особливості формування і подання	104
Ляшевська Олена, Усачов Д.В. Удосконалення стратегічного управління організації в умовах кризи	106
Науменко М.О. Методологія взаємодії військової частини з постачальниками в логістичних процесах тилового забезпечення	107
Науменко М.О., Бережний Д.О. Управління фінансовим потенціалом як складової економічного потенціалу підприємства	109
Науменко М.О., Павлов Д.О. Управління підвищенням якості послуг підприємства	111
Науменко М.О., Шевченко В.В. Методика забезпечення конкурентоздатності організації в умовах здійснення тендерних закупівель для потреб військових підрозділів Національної гвардії України	112
Науменко М.О., Щербина Н.С. Розробка методики підвищення ефективності маркетингових заходів підприємства	114
Осипенко С.М. Управління витратами військової частини на основі положень методу бюджетування	116
Осипенко С. М., Гіркін Ю.М. Обґрунтування рішень в ризик-орієнтованій системі внутрішнього контролю діяльності військової частини	118
Пасько М.И., Го Сяоцин Оценивание эффективности сбытовой деятельности предприятия	119
Пасько М.І., Шумейко С.О. Структура якості медичної послуги	122
Писаревський С.В. Методика формування лідерських якостей майбутніх офіцерів	124
Потрашкова Л.В., Коломієць В.Г. Дослідження особливостей іміджевих відео освітньо-професійних програм	125
Потрашкова Л.В., Крюков К.О. Рекламний ринок освітніх послуг	128

Романчик Т.В. Стан економічної злочинності в Україні у цифрах	130
Руденко С., Кулакова Г., Плис А. Управління підприємством в умовах антикризового часу	133
Рябик Г.Є. Сучасні тенденції розвитку організацій	135
Самойленко В.В. Визначення поняття управління конкурентоспроможністю підприємства	137
Сахненко О.І. Мобінг як деструктивне явище в системі управління персоналом	138
Сахно І.В. Управлінське консультування в системі консалтингових послуг	141
Сахно І.В., Часник М.О. Управління комплексом маркетингу підприємств ресторанного господарства	143
Скрипник Н.Є. Прибутковість підприємства: сутність та методи оцінки	145
Соболь Я.В., Добров В.Д. Засоби впливу для вступу в силові структури	147
Соболь О.М., Зуб Т.М. Обґрунтування кількості та місць розташування підрозділів добровільної пожежної охорони на території Петриківського району Дніпропетровської області	149
Соболь О., Кузьменко А. Шляхи підвищення ефективності інвестиційної діяльності	151
Сокол С. В., Щеглов І. В. Способи електронної комерції в інтернеті	153
Стадник І.В., Рапчак О.О. Інформаційна складова сайту в сучасних умовах	155
Станкевич І.В., Величко О.В. Напрямки захисту підприємства від загроз економічної безпеки	157
Ступак І. А., Бойко О. Б. Засоби розробки мультимедійних видань	159
Сумець О.М. Роль моделювання в процесі формування конкурентної стратегії фармацевтичного підприємства	161
Товма О.А. Ефективність аудиту при здійсненні контролю тилового забезпечення військових частин	163
Товма Л.Ф., Безлюдний В.В. Розробка методичного забезпечення оптимізації складського господарства військових підрозділів Національної гвардії України	164
Товма Л.Ф., Лядик В.З. Технологія модернізації польових засобів приготування їжі з метою оптимізації їх функціональних можливостей	165
Товма Л.Ф., Пефті І.В. Оцінка якості продовольчого забезпечення військових підрозділів НГУ	166
Товма Л.Ф., Романюк О.Л. Методика організації продовольчого забезпечення підрозділів НГУ за межами пунктів постійної дислокації	168
Товма Л.Ф., Сімчук О.О. Розробка методології впровадження прогресивних технологій харчування військовослужбовців Національної гвардії України	169
Токмакова І. В., Войтов І. М. Забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку залізничного транспорту України на основі формування стратегічних партнерств	171
Тютюник В.В., Кащавцева В.О., Семків В.М. Сучасні соціально-трудові	173

відносини та організація системи управління персоналом на підприємстві	
Удянський М., Розумний С. Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання	175
Ульянов М.В. Комунікаційні канали інформаційного впливу на свідомість суспільства	177
Усачов А. І., Івашкова Л.В. Графічний дизайн	178
Устенко О.О., Заїкіна В.В. Презентаційний та рекламний характер копірайтингу	180
Файнер А.І. Інформаційна безпека як ефективний інструмент міждержавних відносин	181
Федосєєв В. Г., Грабовський Є. М. Проблеми оптимізації веб-сайтів та шляхи їх вирішенн	182
Фісун К.А., Сиса А.Ю. Маркетингові складові в умовах ринкової економіки	185
Фісун К.А., Ткачук Ю.Г. Системний підхід при організації логістичних структур і методи управління	186
Хамініч С.Ю. Управління витратами підприємств сфери послуг	187
Черкашина М.В., Колмаков С.О. Розробка методичного забезпечення стратегічного управління підприємств	189
Черкашина М.В., Притула К.В. Розробка методичного забезпечення управління трудовими ресурсами підприємства	190
Чухлата Ж.Г. Внутрішній фінансовий контроль у збройних силах України	192
Шаповал О.А., Котенок С.Б. Взаємозв'язок цілей управління кадровим забезпеченням та кадровим потенціалом підприємства	194
Шаповал О.А., Таранічев С.Л. Шляхи управління кадровою політикою підприємства	195
Шаповал О.А., Хоменко Д.Ю. Управління конкурентоспроможністю підприємства	197
Ященко О., Писаренко А. Проблемні питання інвестиційної діяльності підприємств в Україні	199

обґрунтування висновків за результатами розрахунків показників рентабельності необхідно приймати до уваги: часовий аспект, ризики, несумісність розрахунків, помилки менеджерів. Границі рентабельності не встановлюються, а основними чинниками підвищення рентабельності можуть бути: зростання прибутку, зменшення вартості основних виробничих фондів та залишків нормованих оборотних коштів, зниження собівартості продукції.

Література

1. Станиславчик Е.Н. Анализ финансового состояния неплатежеспособных предприятий / Е.Н. Станиславчик - М. : «Ось – 89», 2014. – 174с.
2. Кучіна С.Е. Методичні засади формування системи показників економічної ефективності виробництва / С.Е. Кучіна, Г.М. Неплох // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – №21(994). – С.146-149.
3. Кучіна С.Е. Деякі аспекти проблем банкрутства та фінансового оздоровлення українських підприємств / С.Е. Кучіна, Т.Є.Бамбізоа // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2010. – №32. – С.122-127.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. – К.: Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с.

УДК 339.138

Ландер А.В.,

студентка 2-го року навчання за освітнім ступенем «магістр»

Пасько М.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, Харків

Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства

Актуальність. В умовах швидкого розвитку науки, техніки і технологій успіху досягне лише те підприємство, яке ефективно використовує маркетингове управління (маркетинговий менеджмент), постійно вдосконалює та адаптує свою стратегію відповідно до змін ринкового середовища. Тому управління маркетингом є необхідним в процесі виробництва та збуту, що враховує попит та потреби споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань управління маркетинговою діяльністю підприємства присвячено наукові праці Котлера Ф., Дойля П., Балабанової Л.В., Гаркавенко С.С., Гузенко Г.М., Завьялова П.С., Ілляшенко С.М., Коноплянникової М.А. та ін. Проте існує необхідність уточнення, удосконалення і подальшого розвитку методичних підходів щодо управління маркетинговою діяльністю для забезпечення його комплексної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинг як базова функція управління підприємством в умовах ринку пропонує керівнику-підприємцю деякі перевірені практикою рецепти досягнення позитивних результатів господарської діяльності в ринкових сегментах із мінімальним ризиком.

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві повинно розглядатись як складний процес аналізу, спрямованого на створення, підтримку й розширення вигідних відносин із цільовим покупцем для досягнення певних цілей підприємства на ринку.

Основне завдання управління маркетингом полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу у такий спосіб, щоб кожен з них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергетичний ефект [2]. Отже, модель управління маркетинговою діяльністю підприємства – це сукупність визначених суб'єктів, об'єктів, інструментів та методів управління, що у процесі взаємодії між собою спрямовані на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства [1].

Розглянувши модель управління маркетинговою діяльністю, що наведено у роботах [1, 3], слід зазначити, що вона не в повній мірі розкриває сутність даного процесу. На наш погляд, відсутність функцій управління маркетинговою діяльністю істотно впливає на змістовність моделі. До того ж на сьогодні суттєвого значення набуває виокремлення та деталізація такої функції маркетингової діяльності як реалізація. Враховуючи викладене пропонується укрупнено представити модель управління маркетинговою діяльністю у вигляді рис. 1.



Рис. 1. Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства (складено за [1, 3])

Висновок. Цілісне уявлення про управління маркетингом, поєднавши в собі переваги різних сучасних наукових концепцій і відповідної практики, виходить із того, що управління діяльністю суб'єкта на ринку має будуватися на принципах стратегічного планування, принципах управління інвестиційним портфелем, в якому кожний напрям діяльності суб'єкта або його бізнес-одиниця має свій потенціал одержання прибутку; на принципах властивостей маркетингу, що дає змогу оцінити перспективи реалізації рішень, прийнятих на основі перших двох принципів, і безпосередньо планувати, організовувати та контролювати їх виконання, використовуючи системний маркетинговий інструментарій.

Література

1. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*, 2017. № 12. С. 227-234.
2. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях. Москва : ИНФРА-М, 2001. 495 с.
3. Коноплянникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2017. № 17. С. 332-336

УДК338.2

Літвиненко М.В.,
к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу,
Михайльова О.В.,
магістр
Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Запровадження сприятливого інвестиційного клімату, як протидія наслідкам фінансово-економічної кризи

Підвищення рівня конкурентоспроможності та темпів розвитку вітчизняної економіки – найактуальніше завдання держави. За останній рік Україна у рейтингу глобальної конкурентоспроможності піднялася на шість сходинок та займає друге місце у міжнародному рейтингу відкритості даних серед країн, що мають найбільший прогрес в реформах за останні 4 роки [1].

Стратегія запровадження сприятливого інвестиційного клімату в Україні сьогодні є протидією наслідкам фінансово-економічної кризи та стає на сучасному етапі розвитку держави особливо актуальною проблемою.

Не зважаючи на значну кількість публікацій з аналізу сучасного стану інвестиційної діяльності та питань дослідження проблем інвестиційного клімату в країні [2,5-7], потребують подальшого, більш детального розгляду питання щодо перспектив покращення інвестиційної діяльності та залучення інвестицій у підприємства.