Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Лібермaну

Тези доповідей

19 листопада 2021 року
м. Харків, Україна

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Харків
2021

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 5 від 03.11.2021 р.), вченої ради

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 19.10.2021 р.)

Рецензенти: Криворучко Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільнодорожнього університету;

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 19 листопада
2021 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 92 с. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках шістнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О.Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронн ому носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ЗМІСТ

Секція 1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю *Авраменко О. В., Хачатуров О. В.* Оцінка якості надання логістичних послуг 101

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Авраменко О. В., Чугаєва А. В. Особливості організації логістичного сервісу на підприємстві 105
Айдарова Д. О. Innovations in international exhibitions 110
Bobritska Yu. Yu. The chatbots implementation as a way of communication with the customers in business 115
Бойко А. О., Піддубна Л. І. Аспекти розвитку організаційної культури IT-компаній 119
Борисова В. В. Міжнародна конкурентоспроможність країн в умовах глобалізації 123
Бурлак Ю. О. Міжнародне співробітництво як основа поглиблення інтеграційних процесів у НАФТА 128
Велика О. Ю., Щербина В. О. Управління формуванням фінансових ресурсів підприємства 135
Veretennykova H., Vasylenko S. V. Assessing the readiness of the organization's environment to innovations 139
Veretennykova H., Yukhimenko B. A. Enterprise efficiency management 143
Верещагіна Г. В., Акіншина Ю. С. Теоретичні підходи розробки логістичної стратегії підприємства 146
Верещагіна Г. В., Балака Б. І. Інноваційні тенденції ринку нерухомості 149
Virvan A. S. Development of the e-commerce market in Ukraine 152
Власенко І. В. Формування конкурентоспроможності продукції промислових підприємств 156

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Небилиця О. А., Шумакова Я. О. Узагальнення методів проведення маркетингових досліджень у сучасних умовах ..... 266 *Орехова А.*

С. Особливості функціонування торговельних підприємств у сучасному конкурентному середовищі ..... 270 *Паламарчук В. А.* Імплементація принципів екологічної відповідальності промислових підприємствах України ..... 274 *Пасько М. І.* Засади управління збутовою діяльністю підприємства 278
Пліс А. С. Прийняття управлінських рішень на підприємстві 282
Плахута І. Д. Increasing the efficiency of the company's operations with KPI 287
Полякова О. Ю., Шликова В. О. Точність економічних прогнозів як передумова ефективного стратегічного управління 291
Попова В. К. Категоріальний апарат мотивації персоналу 296
Приходько В. Є. Сутність організації виробництва нової продукції 299
Самойленко В. В. Методичне забезпечення системи мотивації персоналу 303
Самойленко В. В., Попик Д. Ю. Наслідки впливу зовнішнього середовища у сфері медицини на прикладі пандемії 307
Сігаєва Т. Є., Ханіна К. С. Сучасні тенденції розвитку мультимодальної системи перевезення вантажів 311
Старовойтова О. Е. Методи діагностики

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

конкурентоспроможності підприємства .....
315 *Сушко М. Ю.* Сучасні тенденції аутсорсингу в логістиці
..... 319 *Федько Г. Є.* Організація і планування інноваційної
діяльності підприємства .....
323

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

УДК 658.81

Засади управління збутовою діяльністю підприємства

Пасько Марина Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: pasko.maryna77@gmail.com

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Зміст збутової діяльності підприємства визначається його концептуальною орієнтацією. Продаж – це лише частина всієї ринкової програми підприємства, а вся робота загалом повинна координуватися ідеєю маркетингу. Продаж продукції та управління збутом тісно пов'язані з аналізом потреб і запитів потенційних покупців. Таким чином, збут товарів вважається ширшим поняттям, аніж продаж останніх, оскільки продаж є одним із його елементів і результатом збуту.

Збутова діяльність підприємства забезпечує підвищення його ефективності, тому що у сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля по підвищенню прибутковості. Саме тому першочерговим завданням суб'єктів господарювання, особливо промислових підприємств, є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка б включала вирішення низки завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності, проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, створенням кваліфікованого відділу маркетингу та логістики, плануванням стратегії розвитку збутової діяльності, побудову структури управління збутом, підбір спеціалістів зі збуту належної кваліфікації, розподіл завдань, прав і відповідальності серед співробітників, створення умов для ефективної роботи.

Для більш чіткої збутової орієнтації товаровиробників слід розглянути складові частини збутової діяльності. У роботах [1; 2]

автори пропонують представляти збут як комплекс організаційних, технологічних і комерційних заходів щодо доведення товарів до

кінцевих споживачів. Водночас, на наш погляд, не менш важливими заходами, що здійснюються в процесі збутової діяльності, особливо підприємств, які працюють на ринку B2B, є ведення переговорів із партнерами по збуту щодо укладення договорів; розроблення та реалізація комплексу комунікативних заходів (реклама, виставкова діяльність, public relations та ін.). На рис.. 1 наведено доповнений перелік заходів комплексу збуту товарів.

Організаційні заходи	▪ підбір партнерів по збуту; ▪ укладення договорів з ними; ▪ облік і контроль виконання договорів; ▪ визначення каналів збуту; ▪ розробка планів збуту і графіків поставок
Комерційні заходи	▪ вивчення ринку, споживачів; ▪ стимулювання збуту; ▪ просування товару на ринку

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

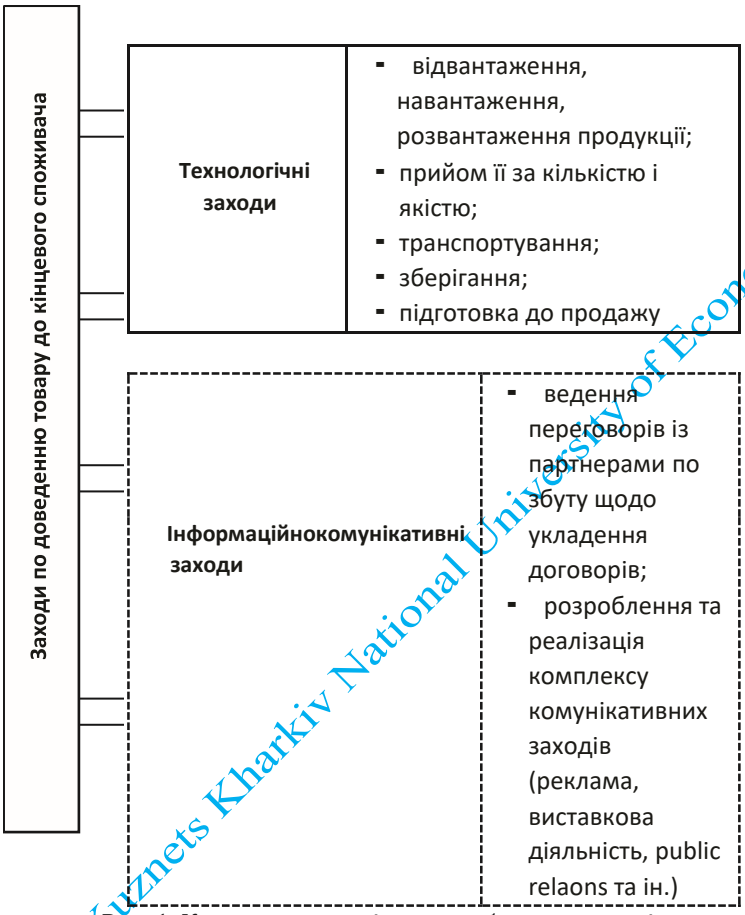

Рис. 1. Комплекс заходів щодо збуту товару підприємства

Джерело: доповнено до [1, с. 142]

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Виходячи з визначення сутності збутової діяльності, управління збутовою діяльністю передбачає розробку, планування, координацію, організацію та контроль відповідних заходів і ключових показників ефективності та масштабів просування продукції на ринку з метою налагодження перспективних довготривалих стосунків з бізнес-партнерами в рамках стратегічного партнерства.

Авторами Лорві І. Ф., Мороховою В. О., Бойко О. В. на основі аналізу основних категорій управління збутовою діяльністю окреслено засади якісного здійснення процесу збуту. Наведений перелік, на наш погляд, не є вичерпним, оскільки «якість» збутової, як будьякої іншої діяльності, визначається показниками ефективності, що потребують постійного моніторингу. Доповнений перелік засад управління збутовою діяльністю наведено на рис. 2.

Збутова діяльність суб'єктів господарювання у сучасних умовах ускладнюється мінливістю конкурентного середовища та посиленням ризиків невизначеності на внутрішньому та зовнішньому ринках, що актуалізувало необхідність пошуку нових, більш оптимальних підходів до управління збутовою діяльністю підприємства.

Література

1. Макалюк Т. В., Ліндаєв Д. Сутність збутової діяльності підприємства та методологічна послідовність оцінювання її ефективності. *Сучасні проблеми економіки і підприємництво.* 2019. Вип. 23. С. 140–148. URL: http://sb-keip.kpi.ua/article/view/160709

2. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами : учеб. пособие для вузов. Москва : Юнити-Дана, 2002. 622 с.

3. Лорві І. Ф., Морохова В. О., Бойко О. В. Складові управління збутовою діяльністю підприємства. *International Scientific Journal «Internauka». Series: «Economic Sciences».* DOI: 10.25313/2520-2294-2020-10.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Засади управління збутовою діяльністю

- Відповідність товару потребам та запитам споживачів та вимогам ринку
- Інфраструктурне забезпечення, тобто це сукупність усіх складових елементів збуту, які забезпечують ефективний процес із реалізації продукції включають: «наявність транспортних засобів для переміщення продукції на склад та в місця продажу товару; існування складських приміщень, торгових закладів; банки, що обслуговують фінансові операції, пов'язані із продажем товару, тобто все те, що пов'язане із суб'єктами зовнішнього середовища збуту продукції підприємства»
- Інформаційно-аналітичне забезпечення збутової діяльності підприємства, що передбачає необхідність володіння актуальною інформацією про ринок, макро- та мікросередовище, а також якісну обробку даного масиву інформації
- Вибір оптимальних каналів збуту з точки зору ефективності та прибутковості. Вибір форм, каналів та методів збуту є стратегічним рішенням керівництва підприємства і яке обов'язково повинно бути узгоджено з цілями, стратегіями і місією компанії
- Кадрове забезпечення збутової діяльності підприємства, що передбачає кваліфікований підбір, навчання, мотивацію персоналу, що задіяний у даному процесі
- Фінансове забезпечення збутової діяльності підприємства: розрахунок витрат для зберігання та складування продукції, витрати на оренду чи купівлю торгових площ, витрати, пов'язані з транспортуванням продукції та інше, тому необхідно чітко планувати можливі фінансові витрати та доходи

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Забезпечення моніторингу показників ефективності збутової діяльності та коригування прийняття управлінських рішень

Рис. 2. Засади управління збутовою діяльністю підприємства

Джерело: складено і доповнено до [3]

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics