

Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

24 листопада 2023 року
м. Харків, Україна

Харків
2023

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 12 від 08.11.2023 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 17.11.2023 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, головний науковий співробітник Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (Харків, Україна);
Криворучко Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :

Тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 24 листопада 2023 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто проблеми та перспективи розбудови економіки України, зокрема питання: сучасного стану зацікавленості інноваційними термінами вченого Овсія Лібермана: план, прибуток, премія; особливостей управління інноваціями домашніми господарствами; ролі інновацій та конкурентних переваг у цифровій платіжній системі в економіці; інноваційної трансформації промисловості України та проблем її кадрового забезпечення; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україні; відродження сільськогосподарського виробництва.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

<i>Нестеренко А. О.</i> Модернізація системи мотивації як пріоритетний напрям підвищення ефективності управління сучасним підприємством	570
<i>Новік В. Д.</i> Методологічні засади стратегічного планування підприємства	574
<i>Обрамова К. В., Самойленко В. В.</i> Роль мотивації персоналу в підвищенні ефективності системи управління	578
<i>Онщценко М. В.</i> Стратегічна складова процесу ухвалення інвестиційних рішень	581
<i>Ostroverkh M. A.</i> Innovative development as a precondition for increasing the competitiveness of an enterprise	585
<i>Ostrowska M., Tomah V.</i> Innovative approaches to application of Internet communications in marketing activities of the enterprise	589
<i>Павленко М. В.</i> Стимулювання праці на підприємстві: український та закордонний досвід	594
<i>Палієнко М. Ю.</i> Мотиваційний фактор у системі управління персоналом на підприємстві	599
<i>Панаріна Л. О.</i> Економічний зміст поняття «інновація» та життєвого циклу інновації	603
<i>Panchenko D.</i> Improving the transport logistics of the enterprise	607
<i>Пасечник К. Д.</i> Мотивація персоналу як чинник підвищення конкурентоздатності підприємства	612
<i>Пасько М. І., Агапов П. І.</i> Ідентифікація ризиків у маркетинговій діяльності підприємства	617
<i>Пасько М. І., Марченко Є. Ю.</i> Напрями удосконалення збутової діяльності підприємства	621

напрями удосконалення збутової діяльності підприємства

Пасько Марина Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,
логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: maryna.pasko@hneu.net;

Марченко Євгеній Юрійович,

здобувач вищої освіти факультету менеджменту і маркетингу,
логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: yevhenii marchenko@hneu.net

Вітчизняні підприємства вже не перший рік здійснюють свою діяльність у кризових умовах. Водночас у кризові часи, наряду з виживанням і переглядом пріоритетів, створюють для підприємств великі можливості. Конкуренція сьогодні висока, і забезпечити стабільний прибуток можна лише за рахунок прогресивної та ефективної збутової діяльності. Проблема ефективності збутової діяльності підприємства в сучасних умовах продовжує залишатися актуальною та потребує розроблення напрямів підвищення ефективності збуту вітчизняних підприємств в умовах обмежених фінансових ресурсів і мінімізації витрат на маркетингову діяльність.

Дослідження робіт учених дозволяють зробити висновок, що не існує єдиного підходу до визначення категорії «збут». Так Обозна В. В. виділяє такі підходи: комплексний, маркетинговий, процесний, системний, структурний, функціональний та визначення збуту як системи відносин.

На підставі цього автором надано визначення збуту – це господарська діяльність підприємства, що включає в себе комплекс заходів щодо доведення виробленої продукції до споживачів в певні строки з мінімальними затратами з урахуванням ресурсної обме-

бутку (як в поточному періоді, так і забезпечення гарантій його одержання у майбутньому), відповідність ринковій стійкості підприємства, в тому числі збереження / розширення частки ринку та досягнення перемоги над конкурентами, створення позитивного іміджу на ринку (в т.ч. на зовнішніх ринках) і визнання з боку громадськості.

Збутова політика підприємства слугує базою для розробки його постачальницької, виробничо-технологічної, інноваційної та фінансової політик та має відповідати загальній бізнес-концепції підприємства та прийнятому курсу дій. В. М. Бондаренко та З. О. Тягунова сформували дерево цілей і завдань з формування ефективної збутової політики підприємства. У складі генеральної мети збутової політики виділено дві підцілі першого рівня: зростання обсягів збуту і частки ринку; забезпечення стабільного економічного становища підприємства, а також три підцілі другого рівня: задоволення споживчого попиту; досягнення переваг над конкурентами; збереження частки ринку [3].

Визначені цілі у подальшому конкретизуються напрямками їх вирішення, конкретними завданнями та підкріплюються контролем результатів. Оскільки, як було зазначено вище, збутова політика є основою удосконалення збутової діяльності, сформульовані напрямки досягнення цілей збутової політики можна визначити як напрямки удосконалення збутової діяльності.

Збутова діяльність є визначальною у функціонуванні підприємства, що здійснює безпосередній вплив на результати діяльності. Удосконалення збутової діяльності має відбуватися із застосуванням комплексного підходу.

Література

1. Обозна В. В. Підходи до визначення поняття «збут» та його роль в системі управління сільськогосподарським підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки.* 2017. Вип. 25. Ч. 1. 178–181. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/1/40.pdf

