

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

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

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**22 листопада 2024 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2024**

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол №12 від 29.10.2024 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 10 від 28.10.2024 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович**, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, керівник відділення досліджень людського капіталу, завідувач відділу досліджень людського розвитку Інституту демографії та проблем якості життя НАН України (Київ, 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 : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. 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, стратегічного управління конкурентоспроможністю підчас війни та повоєнної розбудови економіки України на основі інновацій, зокрема питання: сучасного стану використання пропозицій Овсія Лібермана щодо планування, зростання прибутку підприємств; управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації; розглянуто сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України; інноваційної трансформації промисловості України за різними галузями; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україні.

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.

УДК 339.5:658.8

Особливості управління збутовою діяльністю підприємств в умовах воєнного стану

Воробйов Дмитро Юрійович,

магістр, навчально-науковий інститут Менеджменту і маркетингу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: d.vorobyov1185@gmail.com;

Велика Олена Юріївна,

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,
логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: bumerang_911@ukr.net

Для вітчизняних підприємств у сучасних умовах функціонування в кризовій економічній ситуації є актуальним питання щодо необхідності досягнення не тільки короткострокових, але й довгострокових цілей. Важливим аспектом при цьому є удосконалення управління збутом готової продукції. Досвід успішних підприємств показує, що збут продукції вважається одним із основних елементів маркетингової стратегії.

В умовах жорстокої конкуренції головною метою управління збутовою діяльністю стає завоювання та збереження частки ринку, збереження переваг над конкурентами у вибраному сегменті. Ефективне управління збутовою діяльністю допоможе підприємству забезпечити конкурентоспроможність.

Дослідженнями проблем управління збутовою діяльністю підприємства та підвищенням її ефективності займалися такі вчені, як Балабанова Л. В., Белінський П. І., Дідківський М. І., Круценко І. В., Митрохіна Ю. П., Наумов В. Н., Нейкова Л. І., Токарев Б. К., Циганкова Т. М. та ін. Але, незважаючи на велику кількість досліджень, удосконалення управління збутовою діяльністю потребує подальшого розвитку з урахуванням умов воєнного стану.

Управління збутовою діяльністю підприємства – це цілеспрямований, послідовний та методично підкріплений процес впливу на його складові елементи (об'єкт, суб'єкт, функції, цілі, принципи) з метою оптимізації їх взаємозв'язків і досягнення цілей максимальною мірою та потреб підприємства (як початкової ланки збуту) та споживачів (як кінцевої ланки збуту) [1].

Під час управління збутом велика кількість підприємств стикається із такими основними проблемами [2]: слабка фінансова допомога підприємствам з боку держави та недостатній стан розвитку інфраструктури; незбалансованість цінової політики на сировину, матеріали та ін.; нестача висококваліфікованого персоналу, який займається збутовою діяльністю; недостатній рівень захисту підприємств від недобросовісної конкуренції; низька платоспроможність населення тощо.

Механізм управління збутовою діяльністю підприємства є складовою його економічного механізму та являє собою систему, яка складається із взаємопов'язаних компонентів (об'єктів, суб'єктів, ресурсів, принципів, функцій, методів та інструментів управління збутовою діяльністю), на які впливають чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, що можуть сприяти досягненню поставленої мети або унеможливити її досягнення.

Для дослідження особливостей збутової діяльності та чинників, що впливають на обсяги виробництва та збуту, було обрано ринок морозива. Морозиво є одним із найбільш популярних десертів як у всьому світі, так і в Україні, а виробництво та експорт цього товару з високою доданою вартістю забезпечує підприємствам хороший дохід. Навіть в умовах воєнного стану збільшити виробництво морозива в Україні не є проблемою. Проте проблема полягає у скороченні попиту на морозиво всередині країни внаслідок міграції за кордон не менш ніж 7 млн українців. Також люди стали менше витратити грошей на солодощі.

З початком воєнних дій Державна служба статистики і Державна митна служба призупинили публікацію статистичної інформації за всіма категоріями морозива, тому зараз важко оцінювати його ринок у цифрах. Опосередковано можна зробити висновок про скорочення об'ємів ринку морозива на основі скорочення промислового споживання сирого молока для подальшої переробки – за 2022 рік воно скоротилось на 28 % [3].

Основним чинником, який впливає на ринок морозива, є рівень доходів населення. Хоча щомісячна заробітна плата середнього українця зростає, також відбувається здешевлення національної валюти, що у підсумку впливає на рівень реальних доходів населення і купівельну спроможність в цілому [4].

Щодо чинників пропозиції, то тут особливу роль відіграють витрати на сировину, адже під час виробництва морозива основну частину витрат становлять саме ці витрати. Залежно від цін на сировинні компоненти, які необхідні для виробництва морозива, формується його виробнича собівартість, у результаті визначається його ціна.

Перерахованим вище чинникам, що формують попит і пропозицію на ринку, необхідно приділяти особливу увагу, оскільки вони визначають рівновагу ринку, внаслідок чого підприємство отримує прибуток.

Кожен чинник може мати різний ступінь впливу, тому необхідно проводити аналіз їх взаємозв'язку і оцінювати їхній ступінь впливу на рівновагу ринку. Для цього найчастіше використовують кореляційно-регресійний аналіз.

Для проведення аналізу впливу чинників на обсяги виробництва морозива було обрано два показники:

- 1) рівень середньої заробітної плати в країні, що відображає рівень доходів споживачів, їхній рівень платоспроможного попиту;

2) обсяги виробництва молока, як основної сировини для виробництва морозива.

Дані по цих показниках за період 2011–2023 рр. було отримано з офіційного сайту Державної служби статистики України [5].

В результаті було отримано таке рівняння регресії:

$$Y = 29,35 + 0,107 \times X_1 + 0,022 \times X_2,$$

де Y – обсяги виробництва морозива, тис. тонн;

X_1 – середня заробітна плата, дол.;

X_2 – виробництво молока, тис. тонн.

Ця модель описує, що 65,5 % змін у обсягах виробництва морозива обумовлені змінами середньої заробітної плати споживачів та обсягами виробництва молока. Інші 34,5 % змін обумовлені такими чинниками, що не були враховані у моделі. Коефіцієнти при X_1 та X_2 мають позитивне значення, тобто збільшення доходів споживачів та обсягів виробництва молока приводять до збільшення обсягів виробництва морозива.

Таким чином, для кожного підприємства є обов'язковим здійснення ефективного процесу управління збутом. Це допомагає досягти цілей збуту, контролювати процеси збуту продукції, швидше укладати угоди, підвищувати ефективність збуту та допомагати перемогти в умовах жорсткої конкуренції. Завдяки плануванню, координації та контролю продавці можуть забезпечити високу якість процесу збуту та збільшити масштаби виробництва та реалізації товарів.

Література

1. Мінаєва А. О., Долгальова О. В. Сучасна сутність процесу управління збутовою діяльністю в системі менеджменту підприємства. *Збірник наукових праць ДонНАБА*. 2019. № 2. С. 99–105.
2. Іваночко Н. В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 214–218.

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

=====

3. Козаченко О. Огляд ринку українського морозива на другому році війни: вистачить всім, був би попит. URL: <https://delo.ua/business/oglyad-rinku-ukrayinskogo-moroziva-na-drugomu-roci-viini-vistacit-vsim-buv-bi-popit-419950/>

4. Дослідження ринку морозива в Україні // Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/issledovanie-rynka-morozhenogo-v-ukraine>

5. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Тези надійшли до редакції 09.10.2024 р.

