

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ**

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА МАРКЕТИНГУ В
АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ»**

05-06 жовтня 2023 року



м. Дніпро - 2023

УДК: 338.43:339.138(082)

Зареєстровано в Українському інституті науково-технічної експертизи та інформації
(*посвідчення №525 від 01 грудня 2022 р.*)

Організатори конференції: Дніпровський державний аграрно-економічний
університет, факультет менеджменту і маркетингу.

Збірник містить матеріали за напрямками:

Секція 1. Інноваційно-інвестиційний розвиток суб'єктів економічної діяльності.

Секція 2. Менеджмент та правове забезпечення діяльності аграрних підприємств.

Секція 3. Впровадження маркетингових інноваційних технологій для антикризового
синергетичного ефекту на ринку.

Секція 4. Публічне управління та регулювання аграрної сфери.

Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі:
матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Дніпро, 05-06
жовтня 2023 р. Дніпро, ДДАЕУ, 2023. 342 с.

*Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу. Відповідальність за
грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори
публікацій.*

© Дніпровський державний аграрно-
економічний університет, 2023

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

БАГОРКА Д.А. Складові оптимізації бізнес-процесів підприємств	14
БОКАЧ О.В., НЕНАХОВА М.І. Інноваційні фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємств агробізнесу	15
БОРОДЕЙ Д.В. РОЗДОБУДЬКО Е.О. Теоретичні підходи до визначення диверсифікації в економіці	16
БУР'ЯН С.В. Теоретичні аспекти управління прибутком підприємства	17
ВАСАРАБ-КОЖУШНА О. Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	19
ВАСИЛЬЄВ С.В., КУТНЯ І.С. Тенденції інвестування в агробізнес України у воєнний час	20
VINICHENKO I.I., HORNYUK D.I. Formation of sustainable development of the enterprise	21
ВОЗДВИЖЕНСЬКИЙ В.В. Інноваційні чинники в забезпеченні стійкості потенціалу беззбиткового розвитку підприємств агробізнесу	23
ГАЛАГАН Т.І. Стратегічні напрями рекультивзації земель природно-техногенних комплексів	24
ГОНЧАРЕНКО О. В., САМІЛИК Т.М. Інноваційний вектор формування інклюзивної економіки	25
DIDUR K.M. The impact of the war in Ukraine on global food security	26
ЖИЛІН І.М. Детермінанти забезпечення стійкого стану економічної безпеки сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізаційних викликів	27
ІВАНОВА Ю.В. Підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств	29
КАДИРУС А.О. Конкурентне середовище та його вплив на діяльність підприємства	30
КАПУСТЯН А.С. Теоретичні аспекти управління інноваціями в аграрному секторі	31
КОВАЛЕНКО М.Є. Розвиток сучасної цінової політики в аграрній сфері	33
КОЗАК В.М. Забезпечення фінансової безпеки суб'єктів агропродовольчого ринку	34
КОРОЛЬОВ Д.Д. Сутність стратегічного розвитку підприємства	35
КОСТЮК М.В. Безпека та розвиток аграрного бізнесу в сучасних умовах	36
КУЧЕРЕНКО В.Ю. Формування інвестиційних стратегій підприємства	38
ЛАСТОВЧЕНКО П.В. Формування організаційно-економічного потенціалу сільських територій	40

ЛУЦЕНКО А.О.	
Оцінювання конкурентоспроможності підприємств – важлива умова їх ефективного функціонування на ринку	41
МАКАРЕНКО Н.О.	
Принципи вибору суб'єктами господарювання цінових стратегій в умовах сталості та безпековості	42
МАМЧУК Б.	
Інноваційний підхід до ведення агробізнесу	44
МАСЛЯЄВА О.О., ТЕЛИЧКО А.	
Значення інновацій в діяльності аграрних підприємств	45
НАУМИК А., ЧЕРВЯКОВА К.	
Дослідження загальних рис інноваційних методів розвитку суб'єктів господарської діяльності в Україні	46
ОЛЕКСЮК В.О., ОРЛОВА С. К.	
Модернізація економіки України через соціальну систему	48
PAVLENKO O.S., VOLOVYK I.A., KURBATSKA L.M.	
Familiarity with EU GREEN alliance	49
ПІНЧУК З.В.	
Напрями поліпшення фінансової діяльності аграрного підприємства	51
ПОЛЕГЕНЬКА М.А.	
Ревіталізація агробізнесу України в повоєнний період	51
САМЛИК Т.М., ГУРА П.Г.	
Пріоритетний напрямок у розвитку паливної бази України	53
САМЛИК Т.М., ТЮРЛЮН Я.Г.	
Сутність та переваги франчайзингу як одного із видів бізнес-моделей ведення підприємницької діяльності	54
СІТКОВСЬКА А.О., ШАПОВАЛ С.С	
Трудовий потенціал підприємства: сутність та структура	55
СОЛОВІЙ А. С.	
Інноваційно-інвестиційний розвиток суб'єктів економічної діяльності	56
СКРИННИК В.О.	
Концептуальні засади підвищення конкурентного потенціалу підприємства за рахунок логістичного забезпечення	58
СТЕПАНЮК Р.С.	
Формування стійкого потенціалу економічного розвитку сільськогосподарських підприємств	60
ТЕСЛЮК Ю.В.	
Глобальний інноваційний індекс 2022 року	61
ТИМОЦУК В.В.	
Основні фактори підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств	63
ТКАЛІЧ О.В.	
Інноваційні процеси в аграрній сфері та шляхи їх ефективного впровадження	64
ТКАЧ А.С., НЕСТЕРЕНКО Є.В.	
Теоретичні аспекти фінансового стану підприємства	65
ТРОПІНА О.М.	
Правові аспекти діджиталізація юриспруденції за допомогою штучного інтелекту	67
ФЕДОТОВ В.М.	
Цифрова трансформація управління аграрними підприємствами як один із напрямків інноваційних перетворень	68
ЦОЙ К.В.	
Вплив факторів на конкурентоспроможність підприємства	69

ЧЕКУРДА С.А.	
Оцінка виробничого потенціалу аграрного підприємства	70
ЮРЧЕНКО В.В.	
Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні	71
ЮРЧЕНКО В.Ю.	
Інновація як універсальна цінність суспільства	73

СЕКЦІЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ ТА ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

АКІМОВ Є., ШПОРТЮК Н.Л.	
Розробка стратегії зміцнення і розвитку конкурентоздатного потенціалу підприємства	75
АФОНІНА Є.	
Сучасні теорії оптимізації системи кадрового менеджменту підприємств	76
БЕРУЛАВА С.Г., МЕЛЬНИК Л.Л.	
Теоретичні аспекти операційного менеджменту	77
БИКОВСЬКИЙ Є.В., МЕЛЬНИК Л.Л.	
Визначення ролі складської логістики на виробничому підприємстві	78
ГАРКАВИЙ В.В.	
Значення управління якістю в системі загального менеджменту	80
ГЕРАСИМЕНКО В.В.	
Менеджмент як організація управління підприємством	82
ГОРОБЕЦЬ Н., ЗАЙВИЙ О.	
Роль цифрових рішень в підвищенні продуктивності сільського господарства	83
ЗАЙДУЛІН М.	
Удосконалення системи стратегічного управління підприємством	84
ЗДОРОВИЦЯ А.	
Стратегічне управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства	85
ІСТРАТОВ Д.С.	
Функції та технології менеджменту організації	87
КАВУТЕУ А., DUBROVA N.	
Formation of the waste management system in Ukraine	88
КАЧУЄНКО О., ШПОРТЮК Н.Л.	
Вдосконалення стратегії інноваційної діяльності підприємства	90
КОЛОМІЄЦЬ О.О.	
Кадровий менеджмент як складова системи кадрової безпеки аграрних підприємств	91
КОЛОМОЄЦЬ М.О., САВЕНКО О.А.	
Управління та правове регулювання суб'єктів господарювання: баланс між свободою та охороною	92
КОРЖЕНІВСЬКА Н. Л., ОСАДЧУК І. О.	
Управління економічною діяльністю підприємств сфери АПК	93
КОРОТЧЕНКО К., ШПОРТЮК Н.Л.	
Мотивація праці в системі менеджменту торговельного підприємства	95
ЛЕБЕДЕНКО О.В.	
Розвиток лідерських якостей керівника	96
ЛИСІЧ М.С.	
Управління персоналом як чинник ефективного менеджменту	97
МЕЛЬНИК О.В.	
Розвиток фінансового ринку України в умовах трансформації інноваційних технологій метаспростору	99

МІЩЕНКО О. Ю. Сучасний стан проектного менеджменту в Україні	100
НАУМЕНКО А.В. Сутність та вдосконалення стратегічного управління підприємством	102
ПАВЛЕНКО С.С. Управління логістичними бізнес-процесами на підприємстві	103
ПАВЛУШКІНА Н. В. Стратегічне управління приватними медичними закладами в період воєнного стану	105
ПРИЛУЦЬКА О.В. Заходи покращення фінансового стану аграрних підприємств у сучасних умовах господарювання	106
РАДЧИШИН Т.П. Особливості управління соціальною відповідальністю бізнесу	108
РОДІНА О.В., ГАЙДАБУРА В.О. Управління процесом сертифікації нового насіння	110
РОДІНА О.В., ГОЖА А.С. Структура ресурсного потенціалу підприємства	111
РОДІНА О.В., КОСОБА О.В. Місце стратегічної діагностики в діяльності підприємства	112
РОДІНА О.В., ЛАГНО А.В. Автоматизація процесів управління на підприємстві залізничного транспорту	113
РОДІНА О.В., ШАПОШНІКОВА І.О. Комплексний підхід щодо використання функцій менеджменту	114
РУДЕНКО О. Комерційна таємниця – важливий аспект в економічній сфері	116
САКОВЕЦЬ Д. Методичні аспекти оцінювання ефективності функціонування логістичної системи підприємства	117
СТАРИКОВСЬКА Д.О., САВЕНКО О.А. HR-менеджмент сучасних підприємств	118
СТЕПАНЕНКО В.В. Закони, закономірності та принципи менеджменту організації	119
СТРЕКАЛОВ С.М., ЛЕБЕДЕНКО О.В. Теоретичні аспекти управління витратами виробничого підприємства	121
СТРИЖАК Р.О. Інформаційне забезпечення реалізації стратегії управління логістичними процесами аграрних підприємств	122
ТІТЕНКО З.М., КОВРИЖЕНКО К.А. Оптимізація ефективності управління активами підприємства	124
ТРОШИН А. Ключові фактори та переваги удосконалення системи менеджменту підприємства	125
ТРУШЕВСЬКИЙ С.С., ВЕЛИЧКО О.П. Проектування управлінських рішень з оптимізації операційних процесів в агробізнесі	126
VOLOVYK I., BURTAК S., MACKIE E. International projects response and extension service experience during the war in Ukraine	127
ЧЕКАШКІН Р.А., САВЕНКО О.А. Підходи до управління персоналом в умовах військового стану	129

ШАРАЙ А.В.	
Особливості функціонування банків в умовах воєнного стану	130
ШПОРТЮК Н.Л.	
Соціально відповідальний бізнес в умовах воєнного часу в Україні	132
ЯКОВЕНКО Д.	
Теоретичні аспекти удосконалення управління бізнес-процесами сільськогосподарських підприємств	133
ЯСИНСЬКА Д. В.	
Проблема визначення правового статусу інвестора в процедурі санації	134

СЕКЦІЯ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ АНТИКРИЗОВОГО СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ НА РИНКУ

АБРАМОВИЧ І.А.	136
Особливості впливу маркетингового менеджменту агрокомпаній	
АЛЕКСАНДРОВ А.О.	
Використання BIG DATA і аналітики для оптимізації маркетингових стратегій в аграрному секторі	138
АЛІЄВ Е.Ш.	
Digital economy: status and trends	140
АРУТЮНЯН О.Г.	
Determinants of the development of economic inclusion	141
БАГОРКА М.О., ПИСАРЕНКО В.В.	
Напрями адаптації сільськогосподарських підприємств до змін у маркетинговому конкурентному середовищі	142
БАДО А.С.	
Кризи та їх вплив на економічні системи	145
БАЗАРНИЙ С.О.	
Формування позитивного іміджу товару і товаровиробника	146
БАРАНОВА О.	
Маркетингові збутові стратегії сільськогосподарського підприємства	147
БАСАРАБ В.С.	
Складові системи управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств	149
БЕЗЗЕЙ К. С.	
Діджиталізація як інструмент формування маркетингової стратегії аграрного підприємства	151
БЕКСТОВ О.В.	
Insurance of price risks on international markets	153
БОЙЧИК В.Є.	
Development of innovative activities in the conditions of digitalization and globalization	154
БОЙЧИК І.М.	
Сутність управління конкурентоспроможністю підприємства	155
БОЛОВІН М.Е., БАЛКОВИЙ А.О.	
Development of marketing strategy of agricultural business	156
БОЛОВІН М.Е.	
Особливості розробки маркетингової стратегії аграрного бізнесу	157
БОЛОВІН В.Е.	
Особливості розробки маркетингової стратегії в умовах гібридної війни	159
БОРИСЕНКО Є.П.	
Напрями вдосконалення рекламної діяльності підприємства	160

БРАТИЩЕВ А.О. Complex of financial and economic security of the enterprise	162
БРОТМАН М. Інтернет-маркетинг в розвитку стратегії підприємства	163
ВЕЛИЧКО Ю.В. Features of the economic security of the enterprise	164
ВІХРЕНКО Т. Методичні підходи до оцінки впливу маркетингових заходів на ефективність господарювання	165
ВОВК В.А. Features of international marketing in the conditions of digitalization	167
ВОЛОШИН Р.В., ДУТКА Я. Д. Управління бізнес-процесами автосервісних підприємств	168
ВЯЗОВСЬКА В.В. Організаційні структури маркетингу як складник маркетингового потенціалу підприємства	169
ГАВРИШЕНКО О.О. Сучасні аспекти банківського маркетингу в умовах війни	170
ГОРОЖАНСЬКА Ю.В. Features of innovative entrepreneurship	171
ГРІЧЕНКО Д.В. Роль рекламної індустрії у ринковій системі	172
ГРИГОРЧУК І.В. Розробка ефективної маркетингової стратегії – гарантія успіху підприємства	173
ГУМЕН В. С. Key aspects of the essence of innovative entrepreneurship	175
ГУТТА В.В. Напрямки удосконалення системи продовольчого маркетингу у сфері аграрного бізнесу	176
ДЕНИСЕНКО К.В. Formation of the complex of economic security of enterprise activities	178
ДУБОВА А.М. Особливості формування маркетингових стратегій для онлайн-бізнесу	179
ЄНЕНКО О.С. Стратегії геомаркетингу та місцевого маркетингу як засіб залучення клієнтів у регіональних кризових обставинах	180
ЖЕБА К.В. Інноваційні маркетингові стратегії для стартапів	182
ЗОЗУЛЯ М.А. Бенчмаркінг в системі управління маркетинговою діяльністю підприємства	184
ІВАШКІВ Я.К. Directions of increasing innovative activity	185
ІЛЬЧЕНКО Т.В., АКСЕНОВ В. С. Роль маркетингу в управлінні конкурентоспроможністю підприємства	186
ІМНАДЗЕ І.Н. Digitalization of business activity	188
КАЛІНІНА Т. А. Віртуальна та доповнена реальності у маркетингу	189
КАРНАУХ Д. Стратегії підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств	190

КАРПИК Я.М. Цифровізація економічних процесів	191
КАС'ЯНОВ М.В. Стратегії маркетингової комунікації для позиціонування бренду під час кризи	192
КВАСОВА Л.С. Особливості нейромаркетингу: як покращити взаємодію з клієнтами	194
КИРИЛЕНКО С. В. Новітні інструменти фінансування потреб аграрного сектора	195
КОБЕРНЮК С.О., ГУБКА А.О., ЛАГУТА І.С. Просування в мережі: планування та критерії ефективності	197
КОЛЕСНИКОВ О.О. Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності	198
КОЛЕСНИК В.М. Використання BIG DATA та аналітики для антикризового маркетингу	200
КОРОЛЮК Д. Просування сільськогосподарської продукції, як елемент системи комунікативних заходів	201
КОРОТИЧ В.М. Аналіз маркетингових можливостей аграрних підприємств задля удосконалення управління їх діяльністю	202
КОШЕЛЕНКО Е.Ю. Розробка та впровадження збутової політики в аграрному підприємстві	204
КРАВЕЦЬ О.В. Сутність та значення ринкової інфраструктури	205
КРАСНИКОВ Д.О. The essence of foreign economic contracts	206
КРАСНОЩОК О. Оптимізація каналів реалізації сільськогосподарської продукції	207
КРИВКІН Д. Теоретичні засади організації системи маркетингового менеджменту на підприємстві	209
КРИСОВАТИЙ І.А. Innovation parks as a component of innovative enterprise	211
КРЮЧКО Л.В. Сутність маркетингових інновацій в покращенні ринкового стану підприємства	212
КРЮЧКО М. Управління якістю продукції у механізмі забезпечення конкурентоспроможності	213
КУЗНЕЦОВ А.Г. Маркетингові інновації в галузі електронної комерції для подолання економічних труднощів	215
КУРБАЦЬКА Л.М., КАДИРУС І.Г. Кількісні та якісні методи дослідження поведінки споживачів	216
ЛЕВЧЕНКО А.Є. Розвиток екологічного маркетингу в Україні	218
ЛЕГО Я.С. Інноваційні аспекти просування продукції підприємства	220
ЛЄМЕШКО А.Д. Нові тенденції у рекламних стратегіях для бізнесу у період 2020-2022 років	221
ЛИМАР А.М. Комплексний підхід до управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств	223

ЛИМАР В.П. Особливості формування концепції маркетингу партнерських відносин підприємствами харчової промисловості	225
ЛИТВИНЕНКО О.О. Формування стратегії просування вищих навчальних закладів в соціальних мережах	226
ЛИТОВЧЕНКО І. В. The essence of the knowledge economy in current conditions of digitalization	228
ЛОЗОВИЙ Д.В., КУРБАЦЬКА Л.М. Особливості маркетингових комунікацій при виході підприємства на зовнішні ринки	229
МАЙОРОВ К. Кризовий маркетинг як інструмент виживання та розвитку аграрних підприємств в Україні	230
МАРЦЕНЮК Н.О. Економіко-математичні методи в оптимізації витрат бізнес-процесів на підприємстві	231
МИРГОРОДСЬКИЙ Є.О. Базові засади адаптації нейромаркетингу у конкурентноспроможному розвитку підприємств	233
МОІСЕЄВ Н.Р. Застосування підвищення цифрових маркетингових інновацій у сільському господарстві для конкурентоспроможності та стійкості на ринку	235
НУЖНА С.А. Інноваційні засоби power bi технології big data в маркетинговій діяльності підприємств	236
ОКСЕЛЕНКО О.М., КУРБАЦЬКА Л.М. Сутність та особливості маркетингової товарної політики	238
ОЛЕФІРОВА А.В. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії управління підприємством	239
ОНИЩЕНКО Н. Digital-маркетинг для сільськогосподарських підприємств	240
ОХРІЙ М.О., КУРБАЦЬКА Л.М. Характеристика споживчих властивостей будівельних матеріалів	242
ПЕРЕРВА К.А. Інноваційно-інвестиційний комплекс для розвитку суб'єктів економічної діяльності та його управління	243
ПЕТРЕНКО А.А. Аналіз успішних кейсів впровадження маркетингових інновацій під час економічних криз	244
ПОМАЗАН Л.М. Content marketing as a modern tool of Internet marketing activities of enterprises	246
ПОПОВА О.С. Використання big data та аналітики для управління кризовими ситуаціями	247
ПРИЙМАК В.О. Маркетингові дослідження при діагностуванні конкурентного середовища аграрних підприємств	248
ПТАЩЕНКО О.В. Financial inclusion in the modern digital space	250
ПУРЕЙ Є.Ю. Features of modern marketing activities	251

ПУСТОВА Л.	
Вплив іміджу підприємства на його діяльність	252
РОЗУМНИЙ О.М.	
Current state of the world high-tech market	254
РУДАКОВА Д.О.	
Екологічний маркетинг як інструмент просування фітопрепаратів	255
САЙГАК М.Ю.	
Development of smm strategy for agricultural business	256
САМСОНОВ І.В., КУРБАЦЬКА Л.М.	
Складові системи стратегічного маркетингового управління підприємствами торгівлі	258
САНТОВ С.О.	
Маркетингові інновації у сфері здоров'я та безпеки продукції під час кризи	259
САРКІСЯН С.Л.	
Використання соціальних медіа як інструменту антикризового маркетингу практичний досвід та перспективи	261
СІМЧЕРА А.	
Просування сільськогосподарської продукції в умовах ярмарку	262
СКЛАДЕНКО К.В.	
Реакція на зміни попиту та пристосування продуктового портфолію: стратегії для забезпечення конкурентоспроможності під час кризи	264
ТАВАКАЛЯН С.А.	
Вплив психології споживачів на ефективність маркетингових стратегій в умовах кризи	265
ТЕЛЮРА В.В.	
Стратегії маркетингу впливу та партнерських програм як засоби залучення ресурсів у кризові періоди	267
ТЕПЛОВА О.О.	
Маркетинг в управлінні сільськогосподарським виробництвом	268
ТЕРЕНКОВ Д.М.	
Теоретичні та методичні аспекти маркетингових інновацій та їх впровадження в країнах європейського союзу	270
ТЕРЕЩЕНКО Я.	
Маркетингові комунікації у сільськогосподарських підприємствах	272
ТЕРЯХИН О.В.	
Специфіка розробки міжнародної аграрної маркетингової стратегії	273
ТИМОФЄЄВ Є.І.	
Маркетинг футбольних клубів: основні методи просування бренду футбольних клубів	275
ТИМОФІЄНКО П.В.	
Цифровий маркетинг для сільського господарства	276
ТИМЧЕНКО Є.Р., КАДИРУС І.Г.	
Маркетингові підходи до інноваційної діяльності підприємства	278
ТРЕТЯК В.В.	
Управлінські рішення стосовно маркетингової діяльності аграрних підприємств	279
ТРУСОВА А.О.	
Інноваційні стимули розвитку ринку екотуризму	281
VOLOVYK I.	
Transforming American Agriculture: the impact of exchange tools	283
ФУРИК Ю. Д.	
Formation of business value	284

ХЕЧОЯН А. Значення та особливості маркетингового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах	285
ЧАЙКА І. М. Роль відеомаркетингу та стрімінгових платформ у збереженні ринкової позиції під час економічних труднощів	286
ЧОНІ Є.В. Роль та значення карти подорожі споживача при формуванні позитивного досвіду споживача з брендом	288
ЮРЧЕНКО Н.І., УСТІК Т.В. Інноваційні технології в системі маркетингових комунікацій	290
ЯКУБЕНКО Ю. Маркетингове позиціонування підприємств в умовах аграрного сектора економіки	291
ЯКУБЕНКО Ю. Особливості маркетингово управління господарськими суб'єктами аграрної сфери	293
ЯНЧУК Ю. Маркетингове позиціонування підприємств в умовах аграрного сектора економіки	295

СЕКЦІЯ 4. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ

БАЙДАК І.І. Аспекти державної підтримки агробізнесу України	297
БОНДАРЧУК Н.В. Сучасний стан взаємодії органів публічної влади та інститутів громадянського суспільства	298
ВАРАКУТА І.О. Публічне управління у сфері аграрного бізнесу: сучасні виклики та переваги	300
ВЕНГЕР О.М. Державне управління та регулювання аграрної сфери в Україні в період дії воєнного стану	301
ВОРОНІНА В.Р. Забезпечення ефективного управління публічними комунікаціями в діяльності закладів вищої освіти	303
ДОВЖЕНКО С.Я. Особливості державної політики розвитку аграрного сектору України в умовах війни	304
ДУБОВА О.О. Правовий захист системи інвестування в Україні	306
ДЬОМІН Є.О. Інструменти взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю	307
ЗАСТАВА І.А. Брендинг як складова конкурентоспроможності сільських територій	309
КАВАЛЕР В. Удосконалення роботи кадрової служби в органах місцевого самоврядування	310
КОРНІЄВСЬКИЙ С. В. Особливості стратегічного управління розвитком територіальних громад в умовах післявоєнного відновлення	312

КРУШЕЛЬНИЦЬКА Т.А. Аналіз розуміння змісту категорії «публічна служба» у контексті її ролі в умовах війни та в період відновлення	313
МЕЛЬНИК Л.Л. Особливості управління соціальною сферою на державному рівні	315
МУНЬКО А.Ю. Прогнозування конкурентних позицій підприємств як основа стратегічної візії розвитку національної економіки	317
ОПРИСОК М.Д., ЦЬОМКО С.Ф. Розвиток аграрного сектору України в умовах сучасних викликів	319
РANTILEIENKO K. Public administration and gender issues in Ukraine	320
ПЕРЕРВА Д.А. Напрями підвищення ефективності державної аграрної політики України	321
ПЛЕНЦАК В. А. Механізми публічного управління щодо ревіталізації промисловості України: виклики та їх подолання	323
ПРИГОЖИН А. Механізми доступу до публічної інформації в Україні	324
ПРИГОЖИН П. Цифровізація в публічному управлінні	326
ПУСТОВА І.В. Ідентифікація проблем місцевого самоврядування в Україні	328
САВЧЕНКО Т.В., ВЛАСОВ О.Р. Адаптація інструментів штучного інтелекту у діяльності органів публічної влади	329
САФРОНОВА О. М. Розвиток державного аудиту в системі публічного управління аграрною сферою	330
СЕМЕНКО В.О. Досвід публічного управління Японії у сфері охорони здоров'я	332
ТРЕЦОВ М.М. Реновація галузевої структури економіки України у воєнний та повоєнний періоди	333
ФОМЕНКО В.С. Поняття та види публічної служби	335
ФРАНЦЕН Ю. Теоретичні основи механізму захисту прав і свобод людини в Україні	337
ЦИБУЛЬКО Ю.О. Стан та динаміка функціонування державної політики у сфері надання грантів для переробних підприємств в Україні	339
ЩЕГЛОВА Н.М. Вплив воєнного стану на систему публічних закупівель в Україні	340

2. Гуторова О.О. Менеджмент організації: навч. посібник. Харків: ХНАУ, 2017. 267 с.
3. Мазур К.В., Кубай О.Г. Менеджмент аграрного підприємства: навчальний посібник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 284 с.
4. Страпчук С.І. Менеджмент: навчальний посібник. Львів: «Новий Світ - 2000», 2020. 356 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стрекалов С.М. здобувач вищої освіти

Лебеденко О.В., к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Витрати виробничого підприємства – складне економічне явище, яке тісно пов'язане з усіма елементами процесу управління та впливає на показники діяльності підприємства. Сьогодні проблема контролю та обґрунтування зростання витрат стає все більш актуальною для значної кількості компаній [1].

Витрати як економічна категорія – це грошові та матеріальні ресурси, спожиті за певний період у господарському процесі підприємства, а також показник результативності діяльності суб'єкта господарювання.

Вважаємо, що класифікація витрат підприємницької діяльності за різними ознаками сприяє глибшому вивченню складу витрат та їх природи та дозволяє використовувати економічно обґрунтовані методи комбінування витрат у практиці господарської роботи.

Проте слід зазначити, що класифікація витрат за одними ознаками є більш важливою, а за іншими – менш важливою. Крім того, класифікаційні групи витрат у вітчизняній та зарубіжній економіці суттєво відрізняються.

У вітчизняній практиці поділ витрат за економічними елементами та статтями витрат вважається одним із найважливіших. Особливістю класифікації витрат за економічними елементами є те, що вона базується на економічній природі витрат, не залежить від особливих умов і тому склад елементів може бути визначений.

При підготовці бухгалтерської інформації для прийняття управлінських рішень існує дещо інша класифікація витрат, оскільки кожному керівнику або власнику підприємства необхідно знати, скільки буде коштувати виробництво того чи іншого продукту і який загальний прибуток від реалізації, чи можна збільшити або знизити ціну на даний товар і наскільки ефективно прийняття управлінських рішень.

Витрати є основним показником для оцінки діяльності підприємства. Тому об'єктивно необхідний ретельний аналіз системи управління витратами з виявленням і усуненням проблемних моментів [2]. У сучасних умовах контроль витрат означає створення єдиної, раціональної, чітко та злагоджено функціонуючої системи з певними цільовими параметрами та взаємопов'язаними елементами.

Система управління витратами включає такі організаційні підсистеми, як:

- дослідження та виявлення факторів ресурсозбереження;
- планування витрат за видами;
- бухгалтерсько-аналітичний аналіз;
- сприяння економії ресурсів і скороченню витрат.

Кожен елемент системи виконує чітко визначені завдання та спрямований на досягнення загальних бізнес-цілей.

Система контролю витрат – це сукупність взаємопов'язаних елементів, методів і механізмів, що діють у рамках функціональних обов'язків і утворюють певну цілісність, за

допомогою якої узагальнюються процеси забезпечення та використання ресурсів та досягаються чітко визначені цілі, виконуються тактичні та стратегічні плани.

Система управління витратами призначена для вирішення наступних завдань:

- стежити за розвитком господарської діяльності підприємства;
- визначати тенденції зміни обсягів, масштабів і структури витрат на обсяг виробництва і одиницю продукції;
- проводити збір та аналіз інформації про витрати; нормування, планування витрат за статтями, виробничими підрозділами та видами продукції;
- пошук резервів економії ресурсів та оптимізації витрат тощо.

Контроль витрат можливий лише за умови включення в систему управління витратами відповідних важелів та інструментів впливу на управління. Тільки інформація про реальні процеси з точки зору важелів і об'єктів витрат може скласти цикл управління.

З'ясувавши зміст поняття «витрати», їх класифікацію та принципи управління ними, можна більш об'єктивно оцінити таку важливу для підприємства економічну категорію та представити етапи побудови системи управління витратами в господарському процесі для збереження матеріальних ресурсів і підвищення ефекту від їх використання.

Управління витратами можна визначити як систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень на основі застосування об'єктивних економічних законів.

Література:

1. Маркіна І. А. Теоретичні основи управління витратами підприємства [Електронний ресурс] / І. А. Маркіна, В. Л. Вороніна, А. І. Рудич // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2020. - № 4. - С. 140-147. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2020_4_26

2. Попрозман О. І. Управління витратами для підвищення показників ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. - 2022. - № 1. - С. 75-83. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2022_1_13

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стрижак Р.О., магістрант

*Науковий керівник: Макаренко Н.О., д.е.н., професор
Сумський національний аграрний університет, Україна*

Світові тенденції використання логістики як інструменту управління вплинули на те, що вітчизняні аграрні підприємства повинні застосовувати сучасні підходи до управління, використовувати сучасний досвід розвинених країн та переносити його у вітчизняну практику ведення бізнесу. У сучасному бізнес-середовищі значна частина агрокомпаній використовує стратегічне управління логістичною діяльністю, яке застосовується з метою мінімізації витрат на логістичні канали та забезпечення компанії конкурентних переваг. Водночас така стратегія слугує розробці ефективної системи логістичного менеджменту як скоординованого процесу управління потоками товарів, грошей та інформації між постачальниками, виробниками та споживачами. Недостатня розробленість науковцями моделей формування оптимальної стратегії сприяє тому, що логістичні системи в умовах мінливих ринків часто формуються стихійно та неефективно.

Конкурентна стратегія створює можливості для практичного застосування принципів логістики в процесі управління сучасними підприємствами та їх функціонування як логістичних систем. Участь у формуванні основних цілей підприємства передбачає створення нового стратегічного рівня його розвитку з точки зору забезпечення

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ ТА МАРКЕТИНГУ В
АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ»**

05-06 жовтня 2023 року

м. Дніпро

Мова: українська, англійська

Роботи друкуються в авторській редакції, мовою оригіналу. Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори публікацій.