



Міністерство освіти і науки України
ДНУ Інститут модернізації змісту освіти
Мукачівський державний університет
Малопольський державний університет імені
Вітольда Пілецького в Освенцеми (Польща),
Університет економіки в Братиславі
Факультет економіки бізнесу в Кошице (Словаччина)

**VI Міжнародна
науково-практична конференція
“УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІ І ВИКЛИКИ”
Збірник тез доповідей**



4-5 квітня 2024 р.

**Міністерство освіти і науки України
ДНУ Інститут модернізації змісту освіти
Мукачівський державний університет
Малопольський державний університет
імені Вітольда Пілецького в Освенцімі (Польща),
Університет економіки в Братиславі
Факультет економіки бізнесу в Кошице (Словаччина)**

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ**

**MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC
TRANSFORMATIONS OF BUSINESS PROCESSES:
REALITIES AND CHALLENGES**

**Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції**

4-5 квітня 2024 р.

**Мукачево
2024**

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гарагонич О., Микуланинець С. Сучасні методи просування продукції	69
Гоблик-Маркович Н., Ремез С. Стратегічне управління в умовах змін	72
Джунковська К. Бізнес в умовах війни: основні тенденції	74
Зарічна О., Рокус А. Особливості проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства	75
Кадар Ю., Ліба Н. Дослідження поняття «маркетинговий аудит»	78
Ланченко Є. Удосконалення організації праці в сільськогосподарських підприємствах	79
Лизанець А., Нірі К. Сутність, роль та розвиток технологій управління підприємством	82
Лизанець А., Пеленко В. Маркетингова концепція управління збутовою політикою оптового торговельного підприємства	85
Лизанець А., Русин О. Сучасні тенденції розвитку HR-менеджменту	87
Лукеча М., Микуланинець С. Шляхи підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства	89
Молнар-Бабіля Д., Удворгелі Л. Впровадження продуктів функціонального призначення у закладах ресторанного господарства	92
Николин Б., Феєр О. Економічна стійкість організації в кризових умовах	94
Попович О., Ярош В. Правові аспекти в управлінні персоналом під час військового стану	95
Проскура В., Баняс З. Прийняття управлінських рішень в умовах нестабільності зовнішнього середовища	97
Пугачевська К., Левко Т. Конкурентоспроможність підприємства в умовах глобалізації	98
Пугачевська К., Мондик К. Маркетингове середовище підприємства: сутність та складові	101
Фокіна-Мезенцева К., Джунковський Ю. Управління проєктами на підприємстві в умовах цифровізації	102
Фокіна-Мезенцева К., Джунковський В. Цифрові технології в управлінні підприємством-суб'єктом ЗЕД	104
Хаустова К., Росул С. Сучасні підходи до сталого розвитку підприємства	105
Шатєєв О. Двосдиний підхід (виробник/споживач) до комплексу маркетингу	107
Шашовець Й. Місце економічної діагностики у системі антикризового управління підприємством	108
Шашовець Й., Новак І. Управління бізнес-процесами як структурним елементом бізнес-середовища підприємства	111

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Братюк В., Помельнікова О. Пряме та непряме оподаткування в державі в сучасних реаліях	114
Максименко Д. Формування управлінської звітності за сегментами бізнесу	115
Мойсєєв Д., Ліба Н. Етапи впровадження автоматизованої системи управлінського обліку	117
Москаль О., Ліба Н. Інформаційні системи управління: сутність, функції, ефективність впровадження	119

УДК 657

ЮРІЙ КАДАР

здобувач вищої освіти ОС «Магістр» спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Мукачівський державний університет, м. Мукачеве, Україна,

НАТАЛІЯ ЛІБА

д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет, м. Мукачеве, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»

На сучасному етапі ринкової економіки в силу загострення конкуренції за ринки збуту, росту витрат, а також підвищення вимог споживачів стосовно якості обслуговування, основним фактором, який визначає виживання торговельних підприємств та їх цілеспрямований розвиток, є ефективність системи збутової діяльності. У зв'язку з цим все більше значущими стають питання щодо оцінки системи збуту, що і являє собою предмет маркетингового аудиту.

Маркетинговий аудит - це всебічний систематичний аналіз внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища. Він охоплює цілі, завдання, стратегії, принципи підприємства з метою виявлення проблем або сфер можливостей та рекомендує напрямки дій, який найкраще відповідає потребам бізнесу.

Маркетинговий аудит – це інструмент, який маркетологи можуть використовувати для розуміння поточної маркетингової екосистеми, формулювання маркетингової стратегії та вирішення основних питань, які можуть бути виявлені в процесі аудиту. Якісно проведений маркетинговий аудит висвітлить сфери, які функціонують належним чином, а також і ті, які не відповідають прийнятним вимогам. Зрештою, маркетинговий аудит дозволяє приймати рішення на основі фактів, даних, аналізу, які будуть підтримувати цілі бізнесу. Зазвичай маркетинговий аудит найкраще проводити третьою стороною. Це виключає упередження і призводить до найбільш конструктивного аналізу.

Однак, незалежно від того, хто проводить аудит, сучасна практика показує, що необхідно дотримуватись наступних принципів:

– маркетинговий аудит повинен бути комплексним. Аудит повинен охоплювати всі сфери маркетингу, а не лише ті сфери, де проблема вже має місце. Цілісний аудит є найкращим способом розкрити можливості і може виділити раніше невідомі резерви зростання прибутковості;

– маркетинговий аудит повинен бути системним. Порядок та ефективність – це ключові елементи успішного маркетингового аудиту. Задля запобігання прогалинам необхідно врахувати особливості середовища, принципи, стратегії та діяльність кожного структурного елемента, що підлягає аудиту;

– маркетинговий аудит повинен бути регулярним і періодичним. Деякі проводять аудит лише тоді, коли виникає загроза настання кризи або криза вже у розпалі (низький рівень збуту, неефективність рекламної діяльності) [3].

Єдиного підходу до визначення маркетингового аудиту немає. Дефініція «маркетинговий аудит» набула свого вигляду вперше в роботі Ф. Котлера, В.Т. Грегора та В.Х. Роджерса «The marketing audit comes of age». На думку авторів, маркетинговий аудит – це періодичне, систематичне, всебічне, незалежне вивчення маркетингового середовища компанії, цілей, стратегій та заходів з метою визначення проблемних областей та можливостей та рекомендації плану дій для покращення маркетингових показників компанії [1]. Маркетинговий аудит – комплексна перевірка і оцінка результатів маркетингової діяльності шляхом всебічного, періодичного та незалежного аналізу системи маркетингу підприємства з метою визначення вузьких місць, а також розробки рекомендацій щодо підвищення її ефективності

На думку Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. [2] «маркетинговий аудит» – це незалежне періодичне всебічне дослідження компанією (або її підрозділами) маркетингового середовища, цілей, стратегій і діяльності з точки зору виявлення проблем і прихованого потенціалу, а також розробки плану дій щодо поліпшення реалізації маркетингу.

Автори Левків Г.Я., Минів Р.М., Батюк Б.Б. [4] розглядають маркетинговий аудит, комплексне системне, неупереджене і регулярне дослідження маркетингового середовища фірми і завдань, стратегій і оперативної діяльності з метою виявлення виникаючих проблем і можливостей, що відкриваються, і формування рекомендацій щодо плану дій по вдосконаленню маркетингової діяльності фірми.

Павленко А.Ф., Войчак А.В., Кардаш В.Я., Пилипчук В.П. визначають маркетинговий аудит, як - компетентне, незалежне, періодичне та всебічне дослідження основних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, цілей, стратегій і діяльності підприємства з метою превентивного виявлення проблем і прихованого потенціалу, а також розроблення адекватної маркетингової стратегії [5].

Проаналізувавши наведені визначення, слід зазначити, що автори вважають маркетинговий аудит методом, перевіркою, дослідженням або вивченням маркетингового середовища (маркетингової діяльності).

Список використаних джерел:

1. Kotler Ph., Gregor W.T., Rodgers W.H. *The marketing audit comes of age. Sloan Management Review. 1977. Vol. 18. No.2. P. 25–43*
2. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. *Маркетинговий аудит системи збуту: Навч. посібн. / Л.В.Балабанова, А.В.Балабаниць. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 224с.*
3. Єніфанова І. М. *Маркетинговий аудит : сутність та механізм реалізації. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Том 4. No 4. С. 70–81.*
4. Левків Г.Я. *Маркетинговий менеджмент. Підручник / Г.Я. Левків, Р.М. Минів, Б.Б. Батюк. – Львів: Сполом, 2010. – 228 с.*
5. *Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук й ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – 584 с*

УДК 331.103:631.11

ЄВГЕНІЙ ЛАНЧЕНКО,

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна;

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Організація праці покликана забезпечити максимально результативне використання робочої сили підприємства чи установи та включає відповідну розстановку працівників у процесі виробництва, поділ і кооперацію праці, її нормування, планування та стимулювання, оптимізацію режимів праці й відпочинку, організацію робочих місць і їх обслуговування, формування безпечних умов праці, розвиток персоналу, облік результатів праці, зміцнення її дисципліни тощо. Вона має сприяти вдосконаленню всіх процесів праці, виробничих структур для досягнення кращих показників ефективності суспільного виробництва. Питання організації праці є предметом наукових досліджень і об'єктом практичної діяльності господарських суб'єктів, оскільки раціонально



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>