

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС ОСВІТИ
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



**МАТЕРІАЛИ ІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОРИ
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»**

*до 20-річчя кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

23-24 квітня 2025 р.

**Київ – 2025
Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»**

УДК 005+139.138+658.8](477)(06)(0.034)

Рекомендовано до друку
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук
Національного університету «Києво-Могилянська академія»
(протокол № 5 від 16 травня 2025 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.1. – 589 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 23-24 квітня 2025 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: новітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

Матеріали друкуються в авторській редакції. У матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

ISBN eISBN 978-966-518-855-1
DOI 10.35668/978-966-518-855-1
<https://doi.org/10.35668/978-966-518-855-1>

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2025 р.

Плахотнюк Х.Я., Сидоренко О.В.	
Маркетингові стратегії (за класифікацією І. Ансоффа) та їх вплив на розвиток бізнесу	257
Поданчу Д.Д., Храпкіна В.В.	
Маркетингова стратегія розвитку малих підприємств	260
Пономарьов В.Д.	
Матрична модель економічного оцінювання діяльності промислового підприємства	262
Поплавський П.І.	
Стратегічний менеджмент і маркетинг в контексті сталого економічного розвитку	263
Рибалко Рак Л.А., Кужель Н.Л., Чугуєвець К.С.	
Процедура залучення персоналу організації до процесу розробки стратегії	265
Рокунець Н.О., Попко О.В.	
Оцінка перспектив розвитку ТзОВ «Кузнецовський хлібозавод» на основі SWOT аналізу	268
Самборська О.Ю.	
Гносеологічні засади управління бізнес процесами у забезпеченні економічної безпеки підприємства	270
Сеньковська А.В., Демчук З.О.	
Формування стратегії управління розвитком компанії	272
Сидіч М.Ю.	
Потенційний вплив нового митного кодексу на оподаткування експортних та імпорتنих операцій	275
Скутнєва А.В.	
Роль та місце стратегічного менеджменту та маркетингу в закладах охорони здоров'я	278
Соколюк К.Ю.	
Особливості маркетингу агропродовольчого та агропромислового ринків: теоретико методологічний аналіз у контексті сталого розвитку	280
Стельмащук М.О., Попко О.В.	
Оцінювання перспектив розвитку мережі DNIPRO M на основі стратегічного аналізу	283
Стець С.С.	
Роль комунікації в процесі організаційних змін	285
Сумець О.М., Співакова Н.О., Огієнко С.О.	
Опір інноваціям – ключова проблема стратегічного менеджменту вітчизняних підприємств	287
Таранченко В.В.	
Напрями поліпшення маркетингового забезпечення підприємств аграрного сектору	288

вивчення тенденцій конкурентного середовища, а також аналіз внутрішніх можливостей і ресурсів ринку.

Сучасні інформаційні технології стали першим інструментом у процесі удосконалення організаційно-економічного механізму управління. Впровадження ERP-системи, автоматизованої платформи для управління фінансами, складськими формами, плануванням і прогнозуванням дозволяє значно підвищити швидкість і точність прийняття рішень, а також знижує витрати на операційні процеси. Це створює умови для більш ефективної роботи підприємства, що дозволяє оперативно адаптуватися до змін на ринку та сприяти зростанню його продуктивності.

Удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством є масовим фактором його конкурентоспроможності та сталого розвитку. Використання новітніх технологій, оптимізація внутрішніх процесів і стратегічне планування дозволяють підприємству не тільки підвищити ефективність роботи, але й адаптуватися до швидко змінюваного ринкового середовища. Це не лише забезпечує стабільне функціонування підприємства в умовах конкурентної боротьби, а й дозволяє йому досягти лідерських позицій на ринку, підвищуючи загальний рівень його економічної ефективності.

Список використаних джерел:

1. Горlach I. B. *Стратегії розвитку та інноваційні технології в управлінні підприємствами*. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. 220 с.
2. Кравчук С. О. *Фінансовий менеджмент на підприємстві: теорія та практика*. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 210 с.
3. Лук'яненко О. В. *Основи управління підприємствами: організаційно-економічний механізм та методи оптимізації*. Київ, 2019. 180 с.

УДК 005.21:005.96:005.32

Рибалко-Рак Л.А.,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,

Кужель Н.Л.,

старший викладач кафедри менеджменту,

Чугуєвець К.С.,

здобувач вищої освіти,

Полтавський університет економіки і торгівлі

ПРОЦЕДУРА ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДО ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ

Формування та реалізація стратегії розвитку підприємства є ключовими аспектами стратегічного управління, що визначають довгострокову

ефективність організації. У сучасних умовах швидких змін і невизначеності особливої уваги набуває питання залучення персоналу до процесу стратегічного планування, що сприяє підвищенню гнучкості, адаптивності та інноваційності організацій. Різні підходи до розробки та впровадження стратегій підприємств досліджуються в роботах вітчизняних науковців. Зокрема, Далик В.П., Бутельський Я.Ю., Тарнавський В.Я. та інші (2023) аналізують процеси формування стратегій розвитку підприємств в умовах сучасного ринку [1]. Мануйлов О.В. розглядає особливості стратегічного управління в умовах невизначеності, що є актуальним для багатьох галузей економіки [3]. Дослідження Маліношевської К.І. присвячене практичним аспектам розроблення стратегії підприємств [2], а робота Педченко Н.С. та співавторів підкреслює роль стратегічних комунікацій у системі управління [4]. Таким чином, аналіз наукових підходів до стратегічного управління демонструє важливість інтеграції персоналу в процес формування стратегії, що забезпечує її ефективність та підвищує конкурентоспроможність підприємства.

Залучення персоналу на всіх рівнях організації сприяє прийняттю більш обґрунтованих рішень, а й забезпечує глибшу підтримку стратегії серед працівників, що збільшує ймовірність її успішної реалізації. Метою даної процедури є забезпечення ефективного залучення персоналу до процесу розробки стратегії організації через створення відкритого та прозорого механізму обміну ідеями, сприяння їх інтеграції у стратегічні рішення та підвищення рівня усвідомленості й відповідальності співробітників за майбутній розвиток організації. Основними етапами процесу реалізацію процедури залучення персоналу організації до розробки стратегії є такі.

1. Інформування персоналу - розробка та поширення інформаційних матеріалів, організація зустрічей та обговорень, використання внутрішніх комунікаційних каналів.

2. Збір ідей та пропозицій від персоналу - проведення анонімного опитування серед персоналу, організація мозкових штурмів у структурних підрозділах, відкриття спеціального каналу зворотного зв'язку, визначення дедлайнів подання пропозицій.

3. Аналіз та відбір пропозицій від персоналу - первинна обробка пропозицій, оцінка ідей за ключовими критеріями, формування списку ключових пропозицій.

4. Обговорення та узгодження пропозицій від персоналу - проведення стратегічних сесій з представниками різних рівнів організації, презентація відібраних ідей керівництву, отримання остаточного схвалення та коригування.

5. Зворотний зв'язок та впровадження пропозицій від персоналу - інформування персоналу про результати обговорення та ухвалені стратегічні

рішення, публікація звіту про враховані пропозиції, визначення ролі співробітників у реалізації стратегії та подальшому моніторингу її виконання.

6. Моніторинг та оцінка ефективності пропозицій від персоналу - регулярний аналіз залученості персоналу до стратегічного процесу, оцінка ефективності впровадження ініціатив за допомогою ключових показників, періодичне оновлення процедури відповідно до результатів оцінки.

Така структура процедури залучення персоналу дозволяє зробити процес стратегічного планування відкритим і прозорим, що, своєю чергою, підвищує мотивацію співробітників та їхню відповідальність за майбутній розвиток організації.

Це сприяє створенню культури співпраці, що є важливим фактором успіху в умовах сучасного ринку, прийняттю більш обґрунтованих рішень, підвищує рівень підтримки стратегічних змін серед працівників і забезпечує організації конкурентні переваги завдяки швидшій адаптації до змін зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Далик В.П., Бутельський Я.Ю. та інші *Формування стратегії розвитку підприємства. Міжнар.наук.журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2023. №11. DOI: <https://surl.lu/gbzcbc>*
2. Маліношевська К.І. *Розроблення стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник УжНУ. №41. 2022. С. 74-78.*
3. Мануйлов О. В. *Формування стратегії сталого розвитку підприємств в умовах невизначеності. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 2. С. 60 – 64.*
4. Педченко Н.С., Шимановська-Діанич Л.М. та ін. *Стратегічні комунікації в системі управління підприємства. Науковий вісник ПолУЕТ. Серія «Економічні науки». Випуск 2 (106), 2022. С. 24-28.*