

Міністерство освіти і науки України  
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права  
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(Україна)

«1 грудня 1918 р.» Університет Альба Юлія (Румунія)

Білостоцький технологічний університет (Польща)

Інститут транспорту та телекомунікацій (Латвія)

Університет Гренландії (Данія)

Університет Південної Богемії в Чеських Будейовіцах (Чехія)

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування  
НАН України» (Україна)

Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого  
розвитку НАН України» (Україна)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)



## **ЗБІРНИК**

# **Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»**

(в рамках освітнього модуля Проєкту Жан Моне Ерасмус+ «Реформування екологічної, енергетичної, економічної та фінансової сфер України в умовах євроінтеграції (Проєкт 101085182-REEEFSUEIC))

**15 червня 2023 року**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**ПОЛТАВА  
2023**

**Ministry of Education and Science of Ukraine  
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»  
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law  
(Ukraine)  
"1 Decembrie 1918" University, Alba Iulia (Romania)  
Bialystok University of Technology (Poland)  
Transport and Telecommunication Institute (Latvia)  
Ilisimatusearfik – University of Greenland (Denmark)  
University of South Bohemia in Ceske Budejovice (Czech Republic)  
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy  
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)  
Public Institution «Institute of Environmental Economics  
and Sustainable Development of the National Academy of Sciences of Ukraine»  
(Ukraine)  
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)  
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)  
Yaroslav Mudryi National Law University (Ukraine)  
Sumy State University (Ukraine)  
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)**

## **COLLECTION**

**International Scientific and Practical Internet Conference**

**«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND  
THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»**

(within the framework of the implementation of the EU Erasmus+ project  
"Reformatting the environmental, energy, economic and financial spheres of Ukraine  
in the European integration conditions" (Project 101085182-REEEFSUEIC))

**June 15, 2023**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Poltava**

УДК 330.34-021.87”363”:342.77

С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу  
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

**Редакційна колегія:**

Онищенко С.В., д.е.н., професор;  
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;  
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;  
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;  
Глебова А.О., к.е.н., доцент;  
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;  
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;  
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор;  
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент.

**Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій** : матеріали  
С 76 Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 15 червня 2023 р. – Полтава :  
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2023. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77

С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

ISBN 978-966-616-186-7

© Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

- Солових Є.М., к.п.н., доцент кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки  
Харківський національний університет імені Василя Назаровича Каразіна  
(м. Харків, Україна)  
**ПРИВАТНО-ДЕРЖАВНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ** 102
- Старокожко А.С., Коваленко М., студенти  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОКРАЩЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЧЕРЕЗ ПОЛПШЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СЕКТОРУ** 104
- Трященко В.А., аспірант; Васильченко М.І., к.е.н., доцент  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМ ВИРОБНИЦТВОМ В УКРАЇНІ** 107
- Тулаєва З.М., студентка  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ** 109
- Харченко Ю.А., к.т.н., доцент  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я** 111
- Чернявська Є.А., студентка; Чайкіна А.О., к.е.н., доцент  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТІЙКОГО СЕРЕДОВИЩА** 113
- Шара О.Р., студентка  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ** 114
- Шабіб Карім, студент; Чайкіна А.О., к.е.н., доцент  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА** 116
- Шара О., Гридін Д., студентки  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)  
**УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМИ РИЗИКАМИ** 118

систем і їх адаптації під специфіку своєї діяльності, використовують переважно моделі фрагментарної інформатизації, коли автоматизуються окремі функції чи управлінські завдання (бухгалтерський і податковий облік, формування звітності, моніторинг ринку сільськогосподарської продукції, розрахунок потреби в ресурсах і таке інше). Вибір моделі фрагментарної інформатизації, зазвичай, обумовлений відносно низьким рівнем ІТ-кваліфікації управлінського персоналу і відсутністю на ринку «полегшених» версій корпоративних інформаційних систем, адаптованих для вирішення усієї сукупності управлінських завдань, характерних для невеликих суб'єктів господарювання, що здійснюють свою основну діяльність в аграрному секторі національної економіки.

Отже, інформаційне забезпечення управління виробництвом на сільськогосподарських підприємствах нашої держави є досить складним і багатограним, оскільки воно включає в себе різні види інформаційних даних і алгоритмів їх перетворення. Удосконалення системи інформаційного забезпечення управління аграрним виробництвом дозволить сформувати достовірну інформаційну основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень на всіх рівнях ієрархії, скоротити час на реалізацію окремих інформаційних процедур, забезпечити координацію діяльності всіх суб'єктів аграрного ринку у межах реалізації стратегії і тактики його розвитку. Основними критеріями розвитку такої системи можуть бути, насамперед, наступні: рівень розвитку апаратних і програмних засобів реалізації інформаційних процедур, інструментів і методів реалізації управлінських завдань; адекватність інформаційної моделі, що відображає напрями та інтенсивність інформаційних потоків; рівень автоматизації інформаційних процесів; рівень уніфікації усіх форм управлінських документів, що використовуються на підприємстві; рівень інтеграції в інформаційний простір територіальних і галузевих систем більш високого рівня.

#### **Список використаних джерел**

1. Мороз Т.О. Система інформаційного забезпечення аграрного сектору України // *Інфраструктура ринку*. Одеса. 2020. Вип. 42. С. 395–400.
2. Проценко Н.М., Бутенко Т.А. Стан та напрями розвитку системи інформаційного забезпечення аграрного виробництва і сільського населення // *Ефективна економіка*. Київ. 2016. № 12.

УДК 339.138

Тулаєва З.М., студентка  
Науковий керівник – Васильченко М.І., к.е.н., доцент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

### **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

На сучасному етапі економічного розвитку, що характеризується нестабільністю бізнес-середовища і суттєвим посиленням конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, забезпечення стійкого функціонування підприємств та організацій потребує активізації їх маркетингової діяльності, що у свою чергу, передбачає необхідність проведення оцінки ефективності управління нею. За результатами такої оцінки можна не лише критично оцінити поточний стан маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, але й визначити економічну доцільність окремих маркетингових заходів, виділити проблемні зони й на основі цього вжити заходів спрямованих на удосконалення даного процесу.

Наукова література багата напрацюваннями різних вчених щодо питання оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Єдиного методичного підходу до проведення такої оцінки на рівні окремого суб'єкта господарювання на даний час

не існує. Більшість методик зводяться лише до проведення розрахунків одиничних показників, які характеризують різні аспекти багатогранного процесу управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Відтак, об'єктами оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю на рівні підприємства найчастіше виступають: функції управління маркетингом; результати і мотиваційний механізм діяльності маркетологів; функції маркетингу; комплекс маркетингу, у тому числі товарна, цінова, збутова і комунікаційна політика; окремі маркетингові заходи (комерційна і комунікативна ефективність реклами, ефективність участі у виставково-ярмаркових заходах); процес планування; організаційна структура управління маркетингом, у тому числі й кваліфікація маркетологів; процес контролю виконання окремих функцій, логістична діяльність підприємства, довгострокові взаємовигідні партнерські відносини, системи маркетингового менеджменту, маркетингові стратегії, внутрішні зв'язки; процес контролю виконання окремих функцій маркетингу; маркетингова інформаційна система; системи управління маркетингом.

За переконанням таких вчених, як В.Ю. Нестеренко та В.К. Сідельнікова [3], головними індикаторами ефективності маркетингової діяльності підприємства можуть бути:

- збільшення обсягів попиту на продукцію;
- збільшення обсягів реалізації продукції;
- збільшення доходу від реалізації продукції;
- збільшення рівня задоволення платоспроможних потреб споживачів;
- збільшення частки ринку;
- збільшення рівня лояльності споживачів до підприємства тощо.

У одній зі своїх наукових праць В. Верба [1] наголошує на тому, що пріоритетним є оцінювання ефективності витрат, а не самої маркетингової діяльності, хоча за цього підходу витрати на маркетинг розглядаються лише як поточні витрати (а не як інвестиції). Такий підхід став логічним початком оцінювання ефективності маркетингової діяльності через аналіз рентабельності маркетингових інвестицій, який нині широко використовується західними компаніями, набуває стрімкої популярності й отримує подальший розвиток. Ще одним напрямом оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю є оцінювання ефективності функціонування маркетингової служби підприємства.

Спираючись на результати попередньо проведених наукових досліджень у цій сфері, В.П. Мартиненко та І.В. Манько [2] запропонували власну систему показників оцінювання управління маркетинговою діяльністю підприємства, який вони рекомендують проводити за чотирма основними напрямками:

оцінювання ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю (частка ринку, прибуток, імідж і репутація, рентабельність інвестицій, рівень конкурентоспроможності підприємства, лояльність споживачів до бренду, орієнтація на потреби ринку, технологічний рівень, обсяг інвестицій в нові товари/послуги, період беззбитковості);

оцінювання функціонування маркетингової служби (ступінь взаємодії служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, гнучкість організаційної структури служби маркетингу, час оброблення та виконання замовлення, частка витрат на маркетинговий персонал, дохід на одного працівника, коефіцієнт перенавчання персоналу, кількість висунутих пропозицій щодо вдосконалення на одного працівника);

оцінювання реалізації маркетингових програм (обсяг збуту, рентабельність маркетингових витрат, рентабельність товару, оборотність запасів, прибутковість товарного асортименту, прибутковість обраного сегменту ринку, кількість нових клієнтів, рівень конкурентоспроможності товару, кількість скарг і рекламацій, частка відшкодувань і знижок, своєчасність поставки, порівнянність ціни та якості товару/послуги, частота перегляду цін, рівень сервісного обслуговування);

оцінювання функціонування маркетингової інформаційної системи (рівень оснащення

технічними засобами, частота проведення маркетингових досліджень, витрати на функціонування маркетингової інформаційної системи, наявність інформаційної бази даних, доступної іншим службам, наявність і використання методів обробки й аналізу інформації, зручність використання обробленої інформації).

Загалом, існує велика кількість інших показників, які можуть бути використані при оцінюванні ефективності маркетингової діяльності підприємства. Більшість вчених вважають, що найбільш узагальнену оцінку дає показник рентабельності маркетингових витрат або показник повернення маркетингових інвестицій. Це дійсно ключовий показник, але він дозволяє оцінити лише ефективність маркетингової діяльності підприємства в цілому.

Враховуючи викладене, можемо зробити висновок про те, що важливим питанням є оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Всі існуючі методичні підходи до проведення такої оцінки, зрештою, зводяться до проведення розрахунків низки показників, які характеризують різні аспекти маркетингової діяльності підприємства. Зокрема, одними з найбільш важливих є наступні: рентабельність маркетингових витрат, частка ринку, обсяги збуту, темпи зростання обсягів збуту, рівень лояльності клієнтів до підприємства, рентабельність продажу, рівень маркетингових витрат на 1 грн. доходу тощо. Для визначення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві доцільно проводити таку оцінку у динаміці.

#### **Список використаних джерел**

1. Верба В., Гребешков О. Сучасні методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., присвячена 100-річчю від дня народження Бухала Сергія Максимовича*. Київ: КНЕУ, 2007. С. 227-228.

2. Мартиненко В.П., Манько І.В. Методичні підходи до оцінювання управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). С. 62-66.

3. Нестеренко В.Ю., Сідельнікова В.К. Аналіз маркетингової діяльності підприємства: актуальні аспекти оцінювання ефективності. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : зб. наук. пр.* Харків: Стиль-Издат, 2021. № 1. С. 89-97.

УДК 338.242

Харченко Ю.А., к.т.н., доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)*

### **НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

За попередніми оцінками міністерства економіки України, інвестиційний потенціал індустрії інновацій та технологій становить близько \$11 млрд. Зокрема, сектор ІТ зазнав найменших втрат за час війни в 2022 році, він зберіг 95% обсягів контрактів та суттєво збільшив експортні надходження. Розвиток ІТ надає нові можливості всім сферам життя суспільства. В останнє десятиліття на світовому ринку значні кошти були спрямовані на розвиток ІТ в медицині. Складно зараз знайти медичну установу яка б не використовувала електронні медичні картки чи електронний документообіг. Медичні ІТ – це сукупність методів і засобів, які створюють, обробляють, передають і зберігають захищені медичні дані в цілісних системах. В Україні основними проблемами є незастосування міжнародних стандартів, відсутність узгодженої концепції та єдиних вимог до прикладного програмного забезпечення (ППЗ) для інформатизації галузі охорони здоров'я, а також бракує загального реєстру пацієнтів. Інтегрувати ІТ в галузь можливо завдяки створенню сучасного