



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПУБЛІЧНОГО  
АДМІНІСТРУВАННЯ**



**X науково-практична конференція  
з міжнародною участю**

**«Професійний менеджмент  
в сучасних умовах розвитку ринку»**

1 листопада 2021 року

матеріали конференції



м. Харків  
2021



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПУБЛІЧНОГО  
АДМІНІСТРУВАННЯ**



**МІНІСТЕРСТВО  
ОСВІТИ І НАУКИ  
УКРАЇНИ**



X науково-практична конференція з міжнародною участю

**«Професійний менеджмент  
в сучасних умовах розвитку ринку»**  
(Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ № 416 від 16.09.2020 р.)

**Матеріали доповідей**

1 листопада 2021 року

---

X scientific-practical conference with international participation

**«Professional management in modern  
conditions of development of market»**  
(Registration certificate of the Ukrainian Institute of scientific-technical  
and economic information № 416 from 16.09.2020)

Reports

1 November 2021



УДК 353 (075.8):338.24

П 84

Редакційна колегія: д.е.н., проф. Козирєва О.В., к.е.н., доц. Глебова Н.В.  
(Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ № 416 від 16.09.2020 р.)

**П 84** Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : Матеріали доповідей X науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2021 р.). – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2021. – 430 с.

ISBN 978-617-8059-19-4.

Матеріали тез доповідей X науково-практичної конференції з міжнародною участю «Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку» містять результати теоретичних і практичних досліджень науковців з актуальних проблем за провідними напрямками розвитку сучасного менеджменту.

Матеріали адресовані науковцям, фахівцям-практикам, аспірантам, магістрантам і всім читачам, хто цікавиться питаннями розвитку сучасного менеджменту.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Організаційний комітет не несе відповідальності за достовірність фактів, власних імен та іншої інформації, використаної в публікаціях.

**УДК 353 (075.8):338.24**

ISBN 978-617-8059-19-4

© НФаУ, 2021.

## ОРГКОМІТЕТ

**Котвіцька Алла** – ректор Національного фармацевтичного університету, доктор фармацевтичних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, голова оргкомітету (м. Харків).

**Владимирова Інна** – проректор з науково-педагогічної роботи НФаУ, доктор фармацевтичних наук, професор, **співголова оргкомітету** (м. Харків).

**Козирєва Олена** – завідувачка кафедри менеджменту та публічного адміністрування НФаУ, доктор економічних наук, професор, **співголова оргкомітету** (м. Харків).

**Глєбова Наталія** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування НФаУ, **співголова оргкомітету** (м. Харків).

**Євтушенко Вікторія** – завідувачка кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, кандидат економічних наук, професор (м. Харків).

**Благун Іван** – декан економічного факультету Прикарпатського університету ім. В. Стефаника, доктор економічних наук, професор Католицького університету (м. Люблін, Республіка Польща).

**Дубровіна Надія** – Вища школа економіки і менеджменту суспільного управління в Братиславі, PhD, доцент (Словаччина).

**Ковальчук Вероніка** – завідувачка кафедри публічного управління та підприємництва Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доктор наук з державного управління, професор (м. Харків).

**Красичкова Олена** – керівник відділу парентеральних запусків та нових технологій швейцарської фармкомпанії Hoffman La Roche (Head of Parenteral Launches and New Technologies), доктор PhD (Швейцарія).

**Лепейко Тетяна** – завідувачка кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, доктор економічних наук, професор (м. Харків)

**Новікова Марина** – завідувачка кафедри менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, доктор економічних наук, професор (м. Харків).

**Хаустова Вікторія** – в.о. заступника директора з наукової роботи Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (НДЦ ІПР НАНУ), доктор економічних наук, професор (м. Харків)

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Барибіна І. С., Зоїдзе Д. Р.</b> Публічне управління первинною медициною на місцевому рівні в умовах територіальної реформи Фармацевтичний ринок України: сучасні тенденції розвитку	13
<b>Бутєва Н. І.</b> Сучасний творчий підхід самоорганізації та планування у self-management	15
<b>Варнавський О. С., Ольховська А. Б., Козирєва О. В.</b> Теоретичні основи управління соціально-економічним розвитком регіону в контексті нестабільного середовища	17
<b>Велика Р., Ковальова В. І.</b> Аналіз умов і факторів, які впливають на якість управлінських рішень в системі адміністративного менеджменту	19
<b>Галій В. С., Зоїдзе Д. Р.</b> Необхідність удосконалення кадрового механізму в органах державного управління	22
<b>Дегтяр О. А.</b> Формування взаємодії засобів масової комунікації із органами публічної влади	24
<b>Коваленко С. М., Коляда Т. А.</b> Особливості проведення акредитаційної експертизи на прикладі Республіки Польща	27
<b>Колеснікова В. Д., Глєбова Н. В.</b> Визначення основних чинників формування іміджу організації	28
<b>Косогова А. О., Ольховська А. Б., Козирєва О. В.</b> Теоретичні основи управління соціально-економічним розвитком регіону	30
<b>Митрович О. С., Коляда Т. А.</b> Інститут бізнес-омбудсмена як інструмент захисту права на здійснення підприємницької діяльності	33
<b>Мороз К. В., Шуть О. Ю.</b> Стратегічне планування та його місце в загальній системі планування територіального розвитку	35
<b>Озаровська А. В., Рац Н. І.</b> Сутність поняття «ділова культура в публічному управлінні» та основні підходи до її дослідження	37
<b>Озаровська А. В., Кульбачна А. В.</b> Український та зарубіжний досвід формування й реалізації державної кадрової політики	40
<b>Озаровська А. В., Панова А. А.</b> Особливості системи надання адміністративних послуг в Україні	42
<b>Озаровська А. В., Попов Ю. М.</b> Особливості системи надання адміністративних послуг в Україні	44
<b>Олексюк О. В., Шуть О. Ю.</b> Сутність та значення соціального партнерства в Україні	46
<b>Осипенко А. С., Ковальова В. І.</b> Професійна етика в діяльності керівника організації	48
<b>Радіонова В. В., Світлична К. С.</b> Типологія керівників–лідерів на державній службі	49
<b>Сагачко Ю. М., Остап Ю. О.</b> Перспективи професійного менеджменту на підприємстві	52

<b>Світлична К. С., Гура Н .В.</b> Державна інноваційна політика як рушійна сила прогресу суспільства	54
<b>Семеняга О. М., Ковальова В. І.</b> Управління навчанням та розвитком персоналу в умовах інформаційного суспільства та економіки знань	57
<b>Синюка В. В., Шалигіна І. В.</b> Класифікація та методи прийняття адміністративних управлінських рішень	59
<b>Телеуца В. В., Зоїдзе Д. Р.</b> Удосконалення державного управління в сфері екологічної безпеки	61
<b>Чернікова Т. С., Глебова Н. В.</b> Використання медіації у системі публічного управління	64
<b>Яковлева І. І., Коляда Т. А.</b> Світові тенденції державної кадрової політики у сфері охорони здоров'я	66

## **СЕКЦІЯ 2. АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

<b>Зоїдзе Д. Р., Губарєв О. О.</b> Модель «Три лінії захисту» в управлінні ризиками організацій	68
<b>Матюк А .С., Деренська Я. М.</b> Управління господарськими ризиками	70
<b>Пархоменко О. Г., Ольховська А. Б., Козирєва О. В.</b> Заходи забезпечення соціальної безпеки України та країн Європейського Союзу в умовах пандемії COVID-19	71
<b>Проневич О. С.</b> Кризова комунікація суб'єктів публічного адміністрування: доктринально-технологічний аспект	74
<b>Санжарєвська К. В., Зоїдзе Д. Р.</b> Механізм фінансової стабілізації підприємства	77
<b>Скорая К. В.</b> Соціальний капітал в контексте цілей устійчивого розвитку	78
<b>Шахун Є. В., Боровик М. В.</b> Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах пандемії	80
<b>Шведун В. О., Рубан А. В.</b> Національна безпека як об'єкт управління антикризового менеджменту	82

## **СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

<b>Басва О. І., Васильченко О. О.</b> Вимоги до менеджерів інноваційної сфери діяльності	84
<b>Бігун К. А., Літвінова О. В.</b> Сучасні інноваційні стратегії фармацевтичних компаній в умовах пандемії Covid-19	87
<b>Британова Т. С., Самко А. В.</b> Розумні пакувальні системи у фармацевтичній промисловості	88
<b>Емельянченко Я. В.</b> Динамика патентной активності белорусских исследователей	91
<b>Єнгібарян М. А., Шкодїна І. В.</b> Цифровізації консалтингового бізнесу в умовах Індустрії 4.0	94
<b>Лаврук В. В., Лаврук О. С.</b> Основи управління інвестиціями в контексті створення сприятливого інвестиційного середовища	96

<b>Леоненко К. Р., Носова О. В.</b> Актуальні питання інноваційного менеджменту для ведення бізнесу	99
<b>Несен М. А., Носова О. В.</b> Роль інформаційних технологій в управлінні інвестиційною діяльністю	101
<b>Панасенко К. М., Глєбова Н. В.</b> Інноваційний розвиток підприємства – перспективні шляхи його економічного зростання	103
<b>Посвенчук А. А.</b> Технологическое предпринимательство как инновационно-инвестиционный проект на предприятии	105
<b>Примшиц В. Д., Семашко Ю. В.</b> Роль информационной безопасности в условиях развития цифровой экономики	108
<b>Стефанюк Б. В., Бугріменко Р. М.</b> Обґрунтування заходів щодо оптимізації фінансової структури капіталу підприємства	111
<b>Шавлак М. А.</b> Особливості інноваційного розвитку регіонів України	113

#### СЕКЦІЯ 4. СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Overchuk A. O.</b> Features of strategy formation by Ukrainian airports	117
<b>Prima A., Bielova O. I.</b> Xbox: The Ultimate Strategic Management Survival Tools	120
<b>Tkach D. V.</b> Personnel management systems and their impact on the efficiency of the enterprise	123
<b>Tselitan Y., Lytvynenko L.L.</b> Peculiarities of international strategic partnership development in the competitive environment	126
<b>Yuzuk M.</b> The drivers and obstacles of Ikea market	128
<b>Аль-Махамід Зейн Ель-Абідін, Рогуля О. Ю.</b> Дослідження факторів зовнішнього середовища фармацевтичної організації	130
<b>Байструк О. В., Радионова Л. О.</b> Стратегія управління соціальним розвитком регіону	131
<b>Бугріменко Р. М., Смірнова П. В.</b> Системно-еволюційний підхід як інструмент стратегічного менеджменту	134
<b>Дегтярьова А. Ю., Козирєва О. В.</b> Шляхи вдосконалення системи енергоменеджменту на підприємствах	137
<b>Дорофєєв М. Д., Світлична К. С.</b> Удосконалення системи стратегічного управління на підприємстві	140
<b>Єпіфанова І. Ю., Белінський Ю. Я.</b> Оцінка ефективності управління фінансовими ризиками підприємств машинобудування	142
<b>Князєва В. Ю., Зоїдзе Д. Р.</b> Удосконалення управління витратами на підприємстві	145
<b>Кравченко А. С., Смірнова П. В.</b> Новітні особливості стратегічного управління підприємством	147
<b>Кривоніс К. А., Радионова Л. А.</b> Управління конкурентоспроможністю регіону	149
<b>Мележик А. В., Радионова Л. О.</b> Управління соціальною згуртованістю регіону	152

<b>Мисюк В. В., Світлична К. С.</b> Формування та розвиток стратегічного управління персоналом на підприємстві	155
<b>Озаровська А. В., Ткаченко Д. В.</b> Методологічні засади формування принципів, функцій та методів операційного менеджменту	157
<b>Прошук Е. П.</b> Стан та перспективи розвитку фізичної культури та спорту на національному рівні	159
<b>Радіонова Л. О.</b> Нова норма як методологія управління сучасним містом	161
<b>Реуцька В., Демченко Н. В.</b> Управління прибутком підприємства: методологічний аспект	164
<b>Семигулін П. К.</b> Інструменти державно-приватного партнерства – інвестиційний ресурс для реалізації регіональної політики в Україні	166
<b>Семигуліна І. Б.</b> Вибір показників для визначення проблем сталого розвитку регіонів в Україні	168
<b>Сіденко В. С., Смірнова П. В.</b> Принципи стратегічного менеджменту	171
<b>Шевчук В. А., Бугріменко Р. М.</b> Резерви підвищення доходів від операційної діяльності підприємства	173
<b>Ярошенко І.В.</b> Інноваційні підходи до стратегічного планування розвитку територій в Україні на засадах смарт-спеціалізації	175

## СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Bidenko M., Bielova O. I.</b> Marketing impact on popularity of video content in Ukraine in 2021	178
<b>Ghareaghaji M. K., Bielova O. I.</b> Factors affecting consumer's online shopping buying behavior: International overview	179
<b>Horbachova O., Bielova O. I.</b> The importance of social media promotion and ways of its implementation	182
<b>Ladyzhenska J., Bielova O. I.</b> Marketing tools that helped Netflix to become the first company in the film and TV industry	184
<b>Lievina S. O., Bielova O. I.</b> Success factors of the company's strategy: marketing aspects	186
<b>Malyi V. V., Sukhova M. O., Bondarieva I. V.</b> Analysis of the results of the achievement of stability in the pharmaceutical business	188
<b>Myroshnychenko I. Y., Bielova O. I.</b> Digital Marketing: main types, features and advantages	189
<b>Shapoval A., Bielova O. I.</b> Design as a powerful marketing tool	191
<b>Voloshyna A., Bielova O. I.</b> External factors that affect planning in marketing	193
<b>Андрощук М. С., Лібиховська Ю. О.</b> Стан та перспективи розвитку меблевої галузі	194
<b>Безуглова А. Є., Козирєва О. В.</b> Теоретичні основи управління рекламною компанією підприємства	196
<b>Боднар Л. А., Половко Н. П.</b> Аналіз ринку лікарських препаратів на основі самоемулгуючих систем доставки ліків	198
<b>Бондарєва І. В., Махлай К. В.</b> Аналіз економічної ефективності впровадження комплексу маркетингових комунікацій в аптечні заклади	200



<b>Бондарєва І. В., Рудиця О. В.</b> Опрацювання напрямів проведення маркетингового аудиту в аптеках	201
<b>Бондарєва І. В., Кириленко В. В., Дорохова Л. П.</b> Маркетингові дослідження ринку лікарських засобів для лікування серцево-судинних захворювань	202
<b>Бондаренко А. В., Зубченко Т. М.</b> Аналіз лікарських засобів фармацевтичного ринку України для лікування отитів	203
<b>Дейнега І. О., Коханевич Т. П.</b> Формування маркетингової стратегії туристичного підприємства	205
<b>Євтушенко В. А., Глєбова Н. В.</b> Використання PR-інструментів для удосконалення маркетингових комунікацій в умовах COVID-19	207
<b>Жадько С. В., Бабічева Г. С., Зубарєва Д. Р.</b> Аналіз ринку реклами лікарських засобів в Україні	210
<b>Жадько С. В., Батюк В. О.</b> Роль медичних представників у просуванні лікарських засобів за умов розвитку цифрового маркетингу	211
<b>Жадько С. В., Рясна І.С.</b> Розвиток інструментарію digital маркетингу в Україні	213
<b>Коваль Н. О.</b> Сучасні тенденції ризик-менеджменту в банківській сфері	215
<b>Либак І. А., Піголь О.</b> Інформаційні технології промислового підприємства	217
<b>Малініна Н. Г., Чегринєць А. А.</b> Вивчення інформаційних потреб споживачів щодо специфіки соціальної платформи Інстаграм	219
<b>Машта Н. О., Харчук М. О.</b> Управління комунікаційною політикою закладів вищої освіти	222
<b>Погрібна В. П., Чумак А. В., Гарафонова О. І.</b> SMM як інструмент ефективного менеджменту	225
<b>Полінкевич О. М.</b> Маркетингові інструменти просування бренду підприємств індустрії гостинності	228
<b>Попова І. А., Шульгата К. В.</b> Дослідження аптечного ринку України	230
<b>Приз Ю., Демченко Н. В.</b> Теоретичні аспекти маркетингової діяльності на фармацевтичному ринку	233
<b>Ткаченко Н. О., Маганова Т. В.</b> Маркетинговий менеджмент при удосконаленні системи забезпечення протизаплідними засобами	235
<b>Хмеленко А., Демченко Н. В.</b> Особливості маркетингової політики аптечних мережєвих бізнес-структур	237
<b>Шимко О. В., Веретін Л. С.</b> Вплив цифрового маркетингу на поведінку споживачів	239
<b>Шолойко Н. В., Мينيця Я.</b> Промоція лікарських засобів в Україні та країнах Європейського союзу (огляд законодавчої бази)	241
<b>Шуміло О. С.</b> Сучасні проблеми маркетингового менеджменту у підприємницькій діяльності	244

## СЕКЦІЯ 6. МЕНЕДЖМЕНТ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

- Gorgaslidze N., Sulashvili N.** Features of the results of the health protection and administrative management of professional health prospects in pharmacy facilities in the context of public health care vs covid 19 sn Georgia 246
- Sulashvili N., Beglaryan M., Gorgaslidze N.** The regulation, achievements, innovations, enhancement and expectation of pharmacist' vocational discernible per vision of the patients in Georgia 252
- Sulashvili N., Gorgaslidze N., Beglaryan M.** International scientific discussion of the characteristics of sustainable development, implementation and administrative management of the profession of clinical pharmacist 257
- Sulashvili N., Gorgaslidze N., Beglaryan M.** The scientific research and development on peculiarities of pharmaceutical administrative management issue challenges visible by health care experts in Georgia 264
- Богуцька О. Є., Полешко А. В.** Аналіз вітчизняного ринку протигельмінтних засобів і перспективи створення нових препаратів 270
- Бондарєва І. В., Величко К. О., Дорохова Л. П.** Підвищення ефективності діяльності фармацевтичної організації за рахунок оптимізації інформаційних потоків 272
- Братішко Ю. С., Посилкіна О. В.** Підходи до управління системою соціальної відповідальності у фармації 273
- Веренич Г. Д.** Тенденції розвитку системи здравоохранения Республики Беларусь 276
- Гаврильчик І. М., Криклива І. О.** Аналіз ринку лікарських препаратів, які застосовуються для лікування кашлю 279
- Галич І. А., Деренська Я. М.** Впровадження проєктно орієнтованого управління закладом охорони здоров'я 280
- Герасимова О. А., Бондарєва І. В., Рожко І. В.** Управління маркетингом аптечної організації в умовах кризи 282
- Гладкова О. В., Павлюкович О. В.** Конкурентні переваги закладів охорони здоров'я 283
- Гладкова О. В., Шалаєв Є. Г.** Джерела фінансування діяльності закладу охорони здоров'я 286
- Даценко І. С., Кабачна А. В., Горбань О. М.** Шляхи вдосконалення медико-фармацевтичної допомоги хворим на рідкісні (орфанні) захворювання 288
- Дмитрук О. В.** Проблеми застосування економічного аналізу в менеджменті медичних підприємств 290
- Дорохова Л. П., Бондарєва І. В., Приходько А. А.** Аналіз зовнішнього макросередовища аптечних мереж 292
- Жуковіна О. В., Грецька Г. А.** Організація та управління цивільним захистом на підприємствах (в установах) 293
- Конєва А. О., Славкова О. П.** Напрями державного регулювання інноваційної діяльності лікувальних закладів 295

<b>Луценко О. С., Коляда Т. А.</b> Зарубіжний досвід державного регулювання ринку приватних медичних закладів	297
<b>Рівчак І. О., Зоїдзе Д. Р.</b> Мотивація як необхідна складова менеджменту закладів охорони здоров'я	299
<b>Склярова М. О., Коляда Т. А.</b> Зарубіжний досвід організації ефективної системи медичної реабілітації	301

## СЕКЦІЯ 7. МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ

<b>Лазаренко Ю. О., Гарафонова О. І.</b> Особливості формування системи управління якістю продукції бізнес-організації на базі концепції «шість сигм»	303
<b>Лиходід К. М.</b> Розробка опитувальної анкети для проведення біофармацевтичних досліджень пастилок жувальних	306
<b>Миرونенко Я. С., Цимбалістова О. А.</b> Якість – всесвітнє поле для суперництва	308
<b>Михайленко Д. Г.</b> Визначення факторів формування соціальних стандартів нової якості життя населення регіонів України	311
<b>Черевична Н. І.</b> Менеджмент якості послуг сільського зеленого туризму в Харківській області	313

## СЕКЦІЯ 8. КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Matushchak M. R., Zakharchuk O. I., Horoshko O. M., Sakhatska I. M., Ezhned M. A.</b> Prospects for the introduction of innovative methods of teaching pharmaceutical students in a global pandemic COVID-19	316
<b>Власенко Н. В., Ковальова В. І.</b> Сучасний розвиток поведінкового менеджменту	317
<b>Воронкіна А. Г., Чигрина К. О., Шевченко О. О.</b> Специфіка системи мотивації праці працівників організації	320
<b>Говоруха К. О., Глебова Н. В.</b> Мотивація професійного розвитку персоналу організації	323
<b>Голуб І. О., Хромушина Л. А.</b> Кадровий потенціал закладів вищої освіти як об'єкт управління	325
<b>Грушкевич Я. С., Падун Д. В.</b> Лідерські якості керівника як складова конкурентоспроможності фармацевтичної організації	328
<b>Дремлюга А. Л., Ковальова В. І.</b> Особливості розвитку трудового потенціалу працівників організації	329
<b>Каціман В. О., Ціліцинська І. В., Гарафонова О. І.</b> Проблема мотивації персоналу на підприємствах України	331
<b>Кібукевич К. О.</b> Соціальний пакет як елемент системи мотивації працівників підприємства	333
<b>Клочко В. А., Глебова Н. В.</b> Формування професійних компетенцій кадрів держслужбовців	335
<b>Ковальчук В. Г., Бабаскін М. О.</b> Роль особистості в публічному управлінні	338

<b>Корчевський Д. Я., Корчевська І. П.</b> Конкуреноспроможність підприємства: теоретичні підходи та епістемологія	341
<b>Литвишко Л. О., Компанець К. А.</b> Соціально-економічні основи розробки моделі заробітної плати	343
<b>Попова І.А., Строгова О. Л.</b> Визначення чинників впливу на формування системи стимулювання праці робітників аптечних закладів	347
<b>Прокопець А. О., Карпенко Л. А.</b> Соціально-організаційні аспекти реалізації кадрової політики в фармацевтичній організації	350
<b>Сагачко Ю. М., Остап Ю. О.</b> Перспективи професійного менеджменту на підприємстві	353
<b>Хоролець О. П., Лебедин А. М.</b> Дослідження основних питань в практичній діяльності фармацевтичних працівників в умовах пандемії COVID-19	355

## СЕКЦІЯ 9. ЛОГІСТИКА

<b>Balenko S. S.</b> Importance of packaging in logistics	357
<b>Havrylashenko K. S., Volovik O. I.</b> Modern challenges of inventory management and its solutions	359
<b>Olexandr-Albert Ursulian, L. Kostyuchenko</b> Prospects for mass use of electric vehicles	361
<b>Onisimchuk M. V., Yurchenko K. M., Karpun O. V.</b> Implementation of the modern logistics engineering solutions in Ukraine	363
<b>Tsapenko O. A., Karpun O. V.</b> Features of air transportation of coffins with the deceased from the COVID-19	365
<b>Zhigula S., Vasylenko A., Lytvynenko L.L.</b> Impact of logistics on the development of international economic relations	367
<b>Бицюк В. В., Черніхова О. С.</b> Логістичне забезпечення діяльності медичної галузі	369
<b>Білан С. О., Черніхова О. С.</b> Маркетинг логістичних послуг	371
<b>Волкова Т. В., Бережна Н. Г.</b> Управління стратегічним розвитком транспортно-логістичних підприємств	374
<b>Гречковська А. І., Костюченко Л. В., Щур М. О.</b> Сучасні тенденції управління ланцюжком переробки вторинної сировини в Україні	377
<b>Гришко Б. В., Черніхова О. С.</b> Розвиток логістичного підходу в управлінні промисловими підприємствами України	379
<b>Дяченко А. Р., Харченко М. В.</b> Взаємозв'язок концепцій логістики та маркетингу	382
<b>Міщенко В. В., Харченко М. В.</b> Логістичні інновації транспортних послуг	384
<b>Ніколаєв М. О., Марчук В. Є.</b> Інтегрована логістична підтримка діяльності будівельної компанії	386
<b>Остапчук А. Г., Карпунь О. В.</b> Формування електронної системи комплексного логістичного обслуговування клієнтів	389
<b>Петрова В.-Д. О., Харченко М. В.</b> Логістичний процес на складі	392
<b>Пісня Д. А., Цимбалістова О. А.</b> Ринок логістичних послуг в Україні	394

<b>Попова І. А., Харитонова Д. В.</b> Підходи до формування системи розподілу товарних запасів аптечних мереж	395
<b>Романовська Є. В., Харченко М. В.</b> Самоменеджмент в логістиці	397
<b>Семенова А. О., Смерічевська С. В.</b> LCL-сервіс в управлінні міжнародними морськими перевезеннями консолідованих вантажів	399
<b>Соловійова Д. А., Карпунь О. В.</b> Еко-пакування, як складова сучасної логістики	402
<b>Тернова-Бордун Д. Д.</b> Способи застосування блокчейн технології в сучасній українській логістиці	404
<b>Швачка В. О., Юденко Є. В.</b> Транспортно-логістична система підприємства	406
<b>Шевченко Є. А., Карпунь О. В.</b> Використання сучасних ІТ-інструментів у галузі логістики	408
<b>Яковенко В. В., Карпунь О. В.</b> Логістичне забезпечення постачання медичних препаратів	410

#### **СЕКЦІЯ 10. МЕНЕДЖМЕНТ КЛІНІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

<b>Берг П. О., Глебова Н. В.</b> Особливості рекрутингу пацієнтів в Україні	414
<b>Карпенко Ю. О., Коляда Т. А.</b> Загальні засади вдосконалення процесу вирішення управлінсько-правової колізії при проведенні клінічних випробувань в Україні	415
<b>Маковецький А. С., Сагайдак-Нікітюк Р. В.</b> Аналіз міжнародних та вітчизняних керівництв і рекомендацій щодо інформаційного забезпечення при проведенні клінічних досліджень	418
<b>Озаровська А. В., Шакало І. М.</b> Дослідницька команда як організаційна одиниця. Організаційна структура і організаційна культура	420
<b>Світлична К. С., Літвінов Р. О.</b> Актуальність впровадження системи менеджменту якості у центри клінічних досліджень	422
<b>Загальна інформація про кафедру</b>	424

## **Формування маркетингової стратегії туристичного підприємства**

*Дейнега І. О., д.е.н., завідувачка кафедри економіки та управління бізнесом*

*Рівненського державного гуманітарного університету*

*Коханевич Т. П., викладач кафедри економіки та управління бізнесом*

*Рівненського державного гуманітарного університету*

*inna.deineha@rshu.edu.ua*

На сьогодні туристичні підприємства у всьому світі зіткнулись із значними змінами у зовнішньому середовищі, що обумовлено зростанням військової напруги, тероризму, політичних потрясінь, а також реструктуризацією авіакомпаній і, останнім часом, також пандемією COVID-19. За таких умов є очевидним, що менеджмент навіть великих і відносно успішних туристичних підприємств, зіткнувшись з цією реальністю, не зміг спродувати адекватні управлінські заходи і перебороти кризу. Саме тому, щоб бути конкурентоспроможними і успішними, туристичні підприємства повинні розробляти і впроваджувати ефективні стратегії, вагомою складовою яких є маркетингові стратегії.

Якщо суть маркетингової стратегії розглядають через призму принципів середньо- та довгострокових рішень стосовно комплексу маркетингу, то стратегічний маркетинг представляють як цілеспрямований процес дії господарського суб'єкта на об'єкт ринкових відносин, що передбачає в тому числі застосування маркетингових засобів. Мета стратегічного маркетингу полягає в тому, щоб максимізувати позитивну диференціацію туристичного підприємства в порівнянні з конкурентами в сприйнятті його цільовим ринком.

Стратегічний маркетинг туристичного підприємства передбачає використання маркетингових заходів для досягнення організаційних цілей шляхом розвитку та підтримки стійкої конкурентної переваги. Він стосується завдань вищого рівня, таких як ідентифікування ринків, на які слід орієнтуватися, структури і якості ринкової пропозиції, рівня цін та каналів просування туристичних продуктів. На думку практиків-маркетологів реалізація маркетингової стратегії спрямована «на довгострокову перспективу... створення стійкої конкурентної переваги, яка забезпечить майбутній прибутковий ріст бізнесу» [1].

Процес формування маркетингової стратегії є багатоетапним. Насамперед визначаються місія, бачення і цінності туристичного підприємства, оскільки важливо чітко зрозуміти, в чому полягає мета його діяльності, якими мають бути її кінцеві результати і як цього можна досягти. Горизонт планування складає переважно 12-36 місяців, проте є науковці і практики, котрі вважають, що «на практиці не відбувається використання будь-якого уніфікованого підходу до маркетингового стратегічного планування, зокрема щодо його складових, часового горизонту» [2].

Якість взаємодії із споживачами у довгостроковій перспективі покращиться, якщо туристичне підприємство чітко структурує свою ринкову пропозицію. Таким чином позиція туристичного підприємства буде більш

чіткою і зрозумілою споживачам, оскільки воно зможе простіше донести ринку інформацію про себе, що в кінцевому рахунку підвищить ймовірність залучення потенційних споживачів. Важливою умовою є також проведення сегментування ринку та вибір найбільш лояльної до туристичного підприємства цільової аудиторії, що дозволяє краще розуміти «свого споживача» та підібрати оптимальну систему засобів впливу на його вибір.

Наступним кроком побудови маркетингової стратегії є вивчення конкурентів, їх сильних і слабких сторін діяльності. Не зважаючи на те, що за даними Державної служби статистики України, кількість суб'єктів туристичної діяльності лише у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. скоротилася на 13%, у тому числі туроператорів – на 16%, турагентів – на 12,5% [3], ринок туристичних продуктів продовжує характеризуватися високою інтенсивністю конкуренції. В 2020 р. у Рівненській області працювало 28 турагентів та туроператорів юридичних осіб та 74 турагентів-фізичних осіб [3]. За таких умов розуміння реальної ситуації на ринку, знання специфіки бізнесу інших туристичних підприємств, дозволяє створювати власну систему протидії конкуренції, сприяє формуванню реальних конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Важливим етапом розробки та реалізації маркетингової стратегії є також визначення каналів розподілу туристичних продуктів. Кожен із них може мати свої переваги та недоліки. Проте туристичне підприємство має обрати такі, що найкраще відповідають специфіці цільової аудиторії, продуктів та діяльності підприємства в цілому. Реалізація туристичних продуктів та послуг на туристичному ринку може здійснюватися туроператором споживачеві напряму. Проте зазвичай туристичний продукт доводиться до споживача каналом туроператор – туристичне агентство – споживач. Саме наявність великої кількості посередницьких ланок, притаманних сучасному туристичному ринку, дозволяє виробникам туристичних продуктів нормально функціонувати [4].

Для успішної реалізації маркетингової стратегії потрібно, щоб всі її складові були узгоджені між собою. Ключем до розуміння і створення ефективної маркетингової стратегії є розробка стратегічного маркетингового плану, що дозволяє зрозуміти, якими є маркетингові цілі туристичного підприємства і який план їх досягнення.

При розробці та реалізації маркетингової стратегії також необхідно приділяти увагу управлінню ризиками. Туристичні підприємства для вирішення цієї серйозної проблеми в першу чергу повинні займатись навчанням персоналу, адже він повинен бути готовим до вирішення будь-якого інциденту та вміти реагувати швидко, впевнено та належним чином, що дозволить звести до мінімуму втрати бізнесу. Управління ризиками туристичного підприємства повинно знаходитись під контролем його топ-менеджменту, адже споживачі мають бути впевнені, що турбота про їхню безпеку є найважливішим завданням підприємства і з цього приводу вживаються всі відповідні заходи. Врахування при формуванні та реалізації маркетингової стратегії ризиків має вирішальне значення для реалізації ефективного управління туристичним бізнесом в умовах невизначеності.

Використана література:

1. Kirk I. What is «strategic marketing» and why is it so important? URL: <https://cutt.ly/3EHh6RU> (дата звернення: 04.10.2021).
2. Маркіна І. А. Стратегічне планування маркетингу в системі управління організацією туристичного бізнесу. *Ефективна економіка*. № 1. 2015. URL: (дата звернення: 04.10.2021).
2. Сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 04.10.2021).
3. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме. URL: <https://cutt.ly/МЕНJ6bb> (дата звернення: 04.10.2021).

### **Використання PR-інструментів для удосконалення маркетингових комунікацій в умовах COVID-19**

*Євтушенко В. А., к.е.н., професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна  
ethicalmarketing@ukr.net*

*Глебова Н. В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, НФаУ  
glebnv11@gmail.com*

Однією із сучасних тенденцій в глобальному масштабі є перенасичення ринку загалом або його сегментів зокрема широким асортиментом дуже близьких, майже однакових за набором якісних характеристик товарів. Це спонукає до того, що розгляд процесу трансакції з точки зору маркетингу як одиничного явища, процес комунікації в якому завершується за виконання всіх фінансових і юридичних вимог, є недостатнім. Фактором успіху чи, навпаки, неуспіху підприємства значною мірою виступає наявність налагоджених, тісних стосунків зі споживачем, ефективно побудована схема комунікації.

Незважаючи на те, що пандемія коронавірусу надає колосальний вплив на багато галузей економіки, вона все ж таки не призводить до їх краху. Як вони справляються з безпрецедентними викликами, і як у цьому можуть допомогти маркетингові комунікації? Крім впливу на наше особисте життя, COVID-19 перевернув численні аспекти нашої роботи. Більшість піар-команд зараз працюють віддалено. Діловий клімат найкраще характеризується словом «невизначений».

У всьому хаосі може бути нагода. І одна з них – оптимізувати наявний набір PR-інструментів. Нові програмні рішення можуть допомогти досягти успіху під час цієї пандемії та утримати позиції, коли вона закінчиться. Нові та інноваційні програмні інструменти можуть допомогти вам досягти успіху під час цієї пандемії та й за її межами.

Стратегічним завданням більшості сучасних компаній є налагодження довгострокових стосунків зі споживачами, що вимагає від перших розподілу



*Наукове видання*

X науково-практична конференція з міжнародною участю

**«Професійний менеджмент  
в сучасних умовах розвитку ринку»  
(м. Харків, 1 листопада 2021 року)**

**Матеріали доповідей**

*Українською, російською та англійською мовами*

Відповідальні за випуск Козирєва О. В., Глебова Н. В.

Формат 60x84/16. Папір офсет. Друк цифровий  
Ум. друк. арк. 25,0. Тираж 100 пр. Замовл. №30-10.

**Видавництво та друк  
Видавництво МОНОГРАФ  
ФОП Іванченко І.С.**

Пр. Тракторобудівників, 89-а/62, м. Харків, 61135  
тел.: +38 (050/093) 40-243-50

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,  
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4388 від 15.08.2012 р.  
**[www.monograf.com.ua](http://www.monograf.com.ua)**