

Міністерство освіти і науки України  
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права  
Національного університету  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)  
Полтавська обласна державна адміністрація (Україна)  
Білостоцький технологічний університет (Польща)  
Університет Гренландії (Гренландія)  
«1 грудня 1918 р» Університет Альба Юлія (Румунія)  
Сучавський університет імені Штефана Марє (Румунія)  
Інститут транспорту та зв'язку (Латвія)  
Бургенландський університет прикладних наук (Австрія)  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)  
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)  
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)  
Львівській державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Україна)  
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)  
Сумський державний аграрний університет (Україна)

## СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

07 листопада 2024 року



Co-funded by  
the European Union



Полтава  
2024

відео- чи аудіовміст, зокрема інструкції, вебінари, подкасти; приваблива інфографіка, gif, анімація; онлайн-буклети про послуги та продукти; інтерактивні інструменти, такі як графіка, карти, вікторини, ігри та ін.; публікації в соціальних мережах, таких як Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram; онлайн PR з досвідом роботи в соціальних мережах через статті, поради, огляди [4].

Отже, у жорсткій конкуренції всі компанії змагаються одна з одною, щоб привернути увагу цільової аудиторії. Оволодіння цифровим маркетингом відкриває широкі можливості, де можна не лише допомагати іншим компаніям, але й розпочати власну підприємницьку подорож і використовувати їх цифрові навички для розвитку свого бізнесу.

#### Список використаних джерел

1. Турчин Люба, Островерхов Віктор. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*, 2020, 24. С. 75-85.
2. Янковець Тетяна. Стратегічне управління цифровим маркетингом. *SCIENTIA-FRUCTUOSA (ВІСНИК Київського національного торговельно-економічного університету)*, 2022, 145.5. С. 93-112.
3. Katsikeas Constantine, Leonidou Leonidas, Zeriti Athina. Revisiting international marketing strategy in a digital era: Opportunities, challenges, and research directions. *International Marketing Review*, 2020, 37.3. P. 405-424.
4. Kushwaha Bijay Prasad. Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating brand equity. *Journal of Content, Community & Communication*, 2020, 11.6. P. 52-64.
5. Komelina O., Krainiev V. Assessment of the business environment of Ukraine and strategic tasks of enterprise management in martial law. *Економіка і регіон*. 2022. № 1 (84). С. 59-65.

УДК 338.45

Старокошко А.С., магістрант  
Науковий керівник – Гришко В.В., к.е.н., доцент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

#### УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ТА ЗБУТОВИХ ПРОЦЕСІВ

В сучасних умовах ринку ефективна логістика є ключовим елементом конкурентоспроможності для підприємств, адже саме вона забезпечує своєчасне та якісне постачання матеріальних ресурсів і готової продукції, а також виконання замовлень клієнтів і задоволення їх потреб, в тому числі і за рахунок логістичного сервісу.

Оптимізація логістичних процесів у виробництві і збуті дозволяє зменшити витрати, підвищити продуктивність та оперативність, що особливо важливо в умовах зростаючої конкуренції та нестабільної геополітичної ситуації. Враховуючи значення збутових і логістичних процесів у розрізі оперативного планування діяльності підприємства, можна сказати, що удосконалення логістичних і виробничих процесів несе за собою акумуляційний ефект. При цьому покращення цих двох аспектів системи підприємства потрібно проводити з урахування інтеграційного або концептуального підходів, так як ці складові, а саме логістичне забезпечення збуту і виробництва, розглядати як взаємопов'язані. [1]

Дані тези добре відображаються в такому методичному підході як інтегроване управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management, SCM), тому що поставки

матеріалів, виробничих ресурсів, продуктів, забезпечення інформацією і забезпечення логістичним сервісом клієнтів пронизані одним логістичним інтегрованим процесом. [2]

Головна мета SCM полягає в тому, щоб забезпечити максимальну ефективність і злягодженість у всіх логістичних процесах підприємства. Саме за допомогою SCM підприємства можуть оптимізувати витрати, знизити ризики, підвищити гнучкість у відповіді на зміну попиту і підтримувати високий рівень обслуговування клієнтів.

SCM стає відповіддю на численні виклики для підприємства, забезпечуючи прозорість та контроль на кожному етапі інтегрованого логістичного процесу. Завдяки SCM підприємства мають змогу відстежувати рух товарів у режимі реального часу, прогнозувати потреби в запасах, обирати найвигідніші маршрути доставки та заздалегідь реагувати на потенційні проблеми.

Інструменти, такі як ERP-системи, SCM-платформи, Big Data - аналітика та технології IoT, є невід'ємними складовими сучасного SCM (рис 1.). [3]

Зокрема, ERP-системи дозволяють інтегрувати управління запасами, виробничими процесами, продажами і фінансами в єдину платформу, надаючи підприємству повний контроль над внутрішніми процесами. Це особливо важливо для великих підприємств, де ефективне управління ресурсами і швидке прийняття рішень є критичними для збереження конкурентоспроможності.

Коли компанія використовує ERP-систему, всі відділи працюють не з окремими таблицями або базами даних, а з єдиною програмою, де зберігаються всі дані. Це означає, що, наприклад, відділ продажів, фінансовий відділ і склад можуть бачити всю інформацію про товар – скільки його є на складі, які ціни, скільки залишилося після останнього продажу тощо – в режимі реального часу. Це дуже зручно і знижує ризик помилок, адже всі працюють з однаковими даними.

Сучасні SCM-системи також активно використовують технології Big Data та багаторівневої аналітики для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Аналіз великих обсягів даних дозволяє прогнозувати попит на продукцію, аналізувати ефективність постачальників та мінімізувати витрати, пов'язані з надмірними запасами чи можливими дефіцитами продукції. Використання аналітики даних дає змогу уникати зайвих витрат, підвищувати точність планування і відповідати на сезонні коливання попиту.

Зокрема, Інтернет речей (IoT) став важливим інструментом для SCM, забезпечуючи постійний моніторинг і контроль за переміщенням товарів. Завдяки IoT можна контролювати не тільки маршрут доставки, а й умови зберігання продукції (температуру, вологість), що є критично важливим для продукції з високими вимогами до зберігання, наприклад, у харчовій промисловості. Це дозволяє компаніям мінімізувати ризики псування товару та забезпечити високий рівень якості продукції, що доставляється кінцевому споживачу.

SCM-системи включають програмні інструменти, які дозволяють компаніям координувати й оптимізувати всі етапи ланцюга постачань, від замовлення матеріалів у постачальників до доставки готової продукції клієнтам. Основна мета цих платформ – зробити ланцюг постачань більш ефективним, прозорим та гнучким. Тобто принципова відмінність ERP-системи і SCM-системи в тому, що друга, на відмінну від першої, залучає в свою базу даних і зовнішні фактори аналізу і працює на основі системності ринку. [4]

Нарешті, SCM також передбачає можливість залучення зовнішніх логістичних провайдерів для виконання певних процесів – це відоме як аутсорсинг або залучення 3PL та 4PL провайдерів. Провайдери 3PL виконує окремі логістичні задачі та допомагає компанії зберігати і транспортувати продукцію, але не несе відповідальності за стратегічне управління логістикою. А 4PL, в свою чергу, повністю управляє ланцюгом поставок, планує, координує кілька 3PL і контролює весь процес, включаючи стратегічне планування. [5]

В підсумку можна стверджувати, що інтегроване управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management, SCM) і є тим золотим рішенням для обслуговування рішень щодо удосконалення логістичного забезпечення виробництва і збуту продукції будь-якого підприємства, навіть маленького.

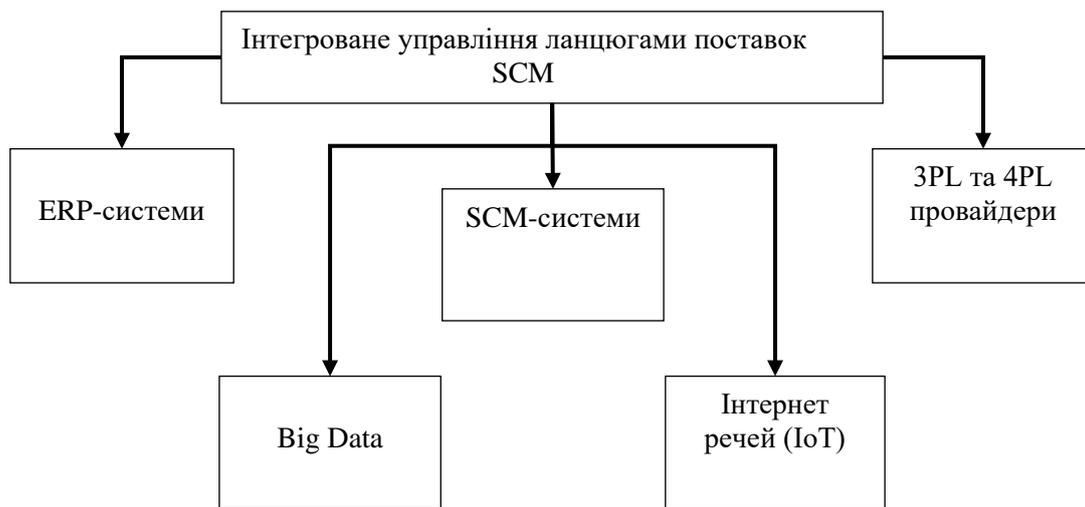


Рисунок 1 – Перелік методологічних інструментів сучасного SCM.

Для досягнення максимальної ефективності удосконалення логістичного забезпечення, SCM використовує низку технологій, таких як ERP-системи, SCM-платформи, аналітика великих даних (Big Data) та Інтернет речей (IoT), а також залучення аутсорсингових контрольованих послуг.

SCM об'єднує в єдиний процес усі етапи забезпечення матеріалами, інформацією та логістичним сервісом, що дозволяє підприємствам оптимізувати витрати, знижувати ризики, підвищувати гнучкість і забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів.

#### Список використаних джерел

1. Іманов Т.І. Логістична концепція управління матеріальними ресурсами. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 25-30.
2. Виговський Г.М. Логістика: Навчальний посібник. Житомир: ЖДТУ, 2009. 124 с.
3. Фера-Клемонца О.Ю. Маркетингове управління у виробничо-збутовій діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 10. Ч. 4. С. 128-131.
4. Величко О.П. Логістична оптимізація каналів розподілу продукції підприємства. *Економічний простір*. 2010. № 35. С. 246–254.
5. Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. *Економіка і управління*. 2012. № 2. С. 52–59.

УДК 316.455

Тараненко А.В., студентка  
 Науковий керівник – Карпенко Ю.В., к.е.н., доцент  
 Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
 (м. Полтава, Україна)

#### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Конфлікти завжди супроводжують професійну діяльність людини, оскільки різні темпераменти і підходи до сприйняття задач обумовлюють протиріччя у методах їх виконання і досягнення кінцевих результатів. Для менеджерів одним з найбільш проблемних аспектів регулювання всіх функціональних видів діяльності є побудова дієвої системи управління конфліктами, яка б не лише реагувала на наявні конфлікти, а і могла забезпечити їх попередження при виявленні відповідних передумов на ранніх стадіях його зародження. В цілому під конфліктами розуміють ситуацію, коли відбувається зіткнення інтересів двох чи більше сторін, які мають протиріччя в цілях, інтересах, потребах,