

Міністерство освіти і науки України  
Державний біотехнологічний університет  
Державна наукова установа «Інститут модернізації змісту освіти»  
Рада молодих вчених при Харківській обласній державній (військовій) адміністрації  
ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян»  
Національний авіаційний університет  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Львівський торговельно-економічний університет  
Академія Сілезії (Республіка Польща)  
Варшавський університет природничих наук (Республіка Польща)  
Клайпедський університет прикладних наук (Литовська Республіка)  
Коледж ділового адміністрування Королівського університету (Королівство Бахрейн)  
Міжнародна Академія Прикладних Наук (Республіка Польща)  
Університет Марії Кюрі-Склодовської в Любліні (Республіка Польща)  
Університет менеджменту безпеки у м. Кошице (Словацька Республіка)  
Центр підприємництва, інновацій та регіонального розвитку  
Вентспільського університетського коледжу (Латвійська Республіка)



## **МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

**Матеріали IV Міжнародної  
науково-практичної інтернет-конференції**

**19 травня 2023 р.**

Харків  
ДБТУ  
2023

дозволяє надсилати персоналізований контент (продавець орієнтується на потреби та бажання конкретного клієнта); продавець інформує споживача про товар чи послугу; продавець вибудовує тривалі стосунки з клієнтом на основі особистої симпатії та експертності; простий в оцінюванні й проведенні аналізу кількості оформлених замовлень. При цьому, підвищуються вимоги до професіоналізму співробітників, які займаються маркетинговою діяльністю.

Отже, застосування принципів маркетингу виступає необхідною умовою досягнення стійкого становища для компаній, що здійснюють будівництво житлової нерухомості. Системність в маркетинговій діяльності забезпечує отримання конкурентних переваг і такого атрибуту ідентифікації, як репутаційний капітал. Основним пріоритетом маркетингової політики на ринку B2B визнано побудову відносин, а інструментом впливу – переговори, найбільш адекватним видом маркетингової комунікації прямий маркетинг (директ-маркетинг).

#### **Інформаційні джерела:**

1. Ключник А.В. Відмінні риси управління маркетинговою діяльністю будівельних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 14. Частина 1. 2017. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14\\_1\\_2017ua/29.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_1_2017ua/29.pdf).

2. Директ-маркетинг (Direct marketing). Loginom. URL: <https://wiki.loginom.ru/articles/direct-marketing.html>.

УДК 658.012.4

**В.В. Биба**, канд. техн. наук, доц. (НУПП, Полтава)

**І.В. Міняйленко**, канд. екон. наук, доц. (НУПП, Полтава)

### **СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В МЕНЕДЖМЕНТІ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ**

Стратегічний або сталий розвиток в менеджменті це процес створення та управління довготривалим розвитком організації, який спрямований на досягнення її цілей у майбутньому. Це включає в себе планування, організацію, контроль і координацію ресурсів, зусилля організації для досягнення її довгострокових цілей.

У процесі сталого розвитку менеджери організації визначають основні напрямки розвитку компанії, визначають її сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози зовнішнього середовища. На основі цієї інформації менеджери розробляють стратегії розвитку організації в майбутньому, які можуть включати в себе:

1. Розвиток нових продуктів і послуг;
2. Розширення ринків збуту та просування на нові місця;
3. Розширення лінії продуктів і послуг;
4. Підвищення ефективності операцій організації;
5. Розробка нових технологій та інновацій;
6. Покращення бренду та іміджу компанії;
7. Залучення та утримання талановитих співробітників.

Стратегічний або сталий розвиток в менеджменті дуже важливий для успіху організації в довгостроковій перспективі. Він дозволяє компанії створювати конкурентні переваги на ринку, а також адаптуватися до змін у бізнес-середовищі та зовнішніх інновацій, щоб задовольнити потреби клієнтів і залишатися на вершині.

Важливим елементом сталого розвитку в менеджменті є визначення та розвитку ключових компетенцій і навиків, які необхідні для досягнення цілей організації. Менеджери повинні виявляти не тільки знання та компетенції, які вже є в компанії, але і те, які необхідні для досягнення довгострокових цілей. Після цього слід розробити плани розвитку цих навиків і компетенцій у поточних і майбутніх співробітників [1].

Другим важливим аспектом сталого розвитку в менеджменті є управління змінами всередині організації. У процесі сталого розвитку менеджери повинні приймати рішення, які можуть пов'язуватись з організаційною структурою, процесами та культурою. Вони повинні враховувати всі ці аспекти та розробляти плани для управління змінами, які можуть виникнути в результаті впровадження нових стратегій розвитку.

Крім того, важливим аспектом сталого розвитку в менеджменті є оцінка результатів. Менеджери повинні постійно контролювати та аналізувати прогрес у досягненні цілей організації та коригувати стратегії, якщо це необхідно. Вони також повинні переконатися, що всі члени команди розуміють цілі та стратегії організації та працюють разом, щоб досягти цих цілей.

Сталий розвиток в менеджменті довготривалий процес, який вимагає постійного оновлення та корекції. Менеджери повинні бути готові адаптуватися до змін зовнішнього середовища, постійно покращувати процеси всередині організації та прагнути до постійного вдосконалення. Тільки так вони зможуть досягти довгострокових цілей організації та забезпечити її успіх у майбутньому.

Важливою складовою сталого розвитку в менеджменті є створення та підтримка культури інновацій в організації. Менеджери повинні створити умови для реалізації нових ідей та інновацій, які можуть допомогти організації досягти своїх цілей і підвищити її продуктивність. Вони повинні заохочувати своїх співробітників до мислення поза рамками приватного і забезпечувати необхідні ресурси для реалізації нових ідей у житті [2].

Один із ключових аспектів сталого розвитку в менеджменті - це розвиток лідерських якостей у менеджерів та інших ключових співробітників. Лідерські якості, такі як здатність до мотивації, натхненню та управлінню людьми, відіграють важливу роль у досягненні цілей організації та розвитку бізнесу в цілому. Менеджери повинні вчитися розвивати свої лідерські якості, щоб краще керувати командою та досягати поставлених цілей.

Також важливим аспектом сталого розвитку в менеджменті є навчання і розвиток співробітників. Вони повинні забезпечувати своїх співробітників необхідними знаннями та навиками, щоб вони могли ефективно виконувати свої обов'язки та досягати поставлених цілей. Навчання та розвиток співробітників також допомагають утримувати талантових людей в організації та залучати нових висококваліфікованих спеціалістів.

В цілому, сталий розвиток в менеджменті є невідомою частиною управління організацією. Він допомагає компаніям адаптуватися до змінних умов ринку та досягти своїх цілей у довгостроковій перспективі. Для успішної реалізації сталого розвитку в менеджменті необхідно постійне навчання і самовдосконалення менеджерів і співробітників, створення умов для інновацій і лідерських якостей розвитку всередині організації.

Сталий розвиток в менеджменті є ключовим елементом управління організацією і дозволяє його адаптувати до змінних умов ринку та досягти цілей у довгостроковій перспективі. Для успішної реалізації сталого розвитку в менеджменті необхідно створити культуру організації, розвиток лідерських інноваційних кадрів у менеджерів та інших ключових співробітників, а також навчання та розвиток співробітників. Організації, які успішно реалізують сталий розвиток в менеджменті, отримують переваги в конкурентному середовищі, покращують свою продуктивність, підтримують талантових співробітників і залучають нових спеціалістів.

Для постійної реалізації сталого розвитку в менеджменті необхідно постійне навчання і самовдосконалення менеджерів і співробітників, а також створення умов для появи нових ідей та інновацій в організації.

Реалізація сталого розвитку в менеджменті вимагає спільних зусиль усіх учасників організації, включаючи менеджерів, співробітників та інвесторів.

Важливим аспектом сталого розвитку в менеджменті є урахування екологічних, соціальних та економічних аспектів, що дозволяє організації зберегти навколишнє середовище, покращити умови життя людей і досягти економічної стійкості.

Стальний розвиток в менеджменті також передбачає використання нових технологій і методів управління, таких як цифровізація, використання штучного інтелекту та аналітики даних.

В сучасних умовах стійкий розвиток в менеджменті стає все більш актуальним і важливим для організацій, які прагнуть утриматися на ринку і досягти успіху в довгостроковій перспективі.

Стійкий розвиток в менеджменті є важливим аспектом управління організацією в умовах швидко змінюваного ринку та необхідності адаптації до нових викликів і вимог. Він дозволяє організації досягти своїх цілей у довгостроковій перспективі, зберегти конкурентоспроможність і покращити умови життя людей, що є важливим аспектом корпоративної соціальної діяльності.

#### **Інформаційні джерела:**

1. Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2011). Creating shared value. Harvard Business Review, 89(1/2), 62-77.

2. Бучинська, О.В., & Руденко, Л.М. (2017). Стальість розвитку підприємств в умовах глобалізації економіки. Економіка і регіон, 1(63), 48-55.

УДК 656.073.51

**Т.О. Войченко**, канд. екон. наук, доц. *(ДУИТ, Київ)*

### **УПРАВЛІННЯ МИТНО-ЛОГІСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ ЯК ОБ'ЄКТАМИ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Економічна безпека як стан захищеності національної економіки від зовнішніх і внутрішніх загроз безпосередньо залежить від умов реалізації стратегічних національних пріоритетів, у тому числі у зовнішньоекономічній сфері [1]. Роль митних органів у цьому випадку зводиться до створення таких митно-тарифних та нетарифних умов переміщення товарів через митний кордон, які здатні запобігати