

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та
менеджменту

**УПРАВЛІНСЬКІ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ ТА ІНКЛЮЗИВНОГО
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

**MANAGEMENT PARADIGMS OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT AND INCLUSIVE ECONOMIC GROWTH**

Матеріали

**Міжнародної науково-практичної конференції
(Україна, Суми, 29-30 листопада 2023 р.)**

Суми
Сумський державний університет
2023

*Рекомендовано вченою радою
навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту
(протокол № 4 від «08» грудня 2023 р.)*

E45 Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» / за заг. ред.: І. І. Рекуненка, В. В. Сулим. Суми : Сумський державний університет, 2023. – 404 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» містять результати наукових досліджень, пов'язаних з актуальними проблемами науки і практики управління та застосуванням інклюзивного підходу до їх вирішення для досягнення цілей сталого розвитку.

Для науковців, аспірантів, студентів, представників органів державної влади та місцевого самоврядування, науково-дослідних і проектних організацій, комерційних фірм і вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

The materials of the International scientific and practical conference "Management paradigms of sustainable development and inclusive economic growth" provide the results of scientific research related to the current problems of management science and practice and the application of an inclusive approach to their solution in order to achieve the goals of sustainable development.

For scientists, PhD students, students, representatives of state authorities and local self-government bodies, research and project organizations, commercial companies and higher education institutions and a wide range of readers.

УДК 005.8:502.131.1(063)

© Колектив авторів, 2023

© Сумський державний університет, 2023

ЗМІСТ

| | | |
|-----------------------------|---|----|
| <i>Софія Молочко</i> | Особливості застосування технологічних | |
| <i>Інга Мірошинченко</i> | Інновацій у туристичному бізнесі | 11 |
| <i>Інна Балагуровська</i> | Гуманістичне лідерство для досягнення цілей сталого розвитку | 13 |
| <i>Бондар Ю.А.</i> | Шляхи та методи підвищення | |
| <i>Дар'я Новак</i> | конкурентоспроможності в готельному бізнесі | 16 |
| <i>Марина Шевчун</i> | Особливості інноваційного розвитку роздрібної | |
| <i>Алла Безус</i> | торгівлі в Україні | 20 |
| <i>Оксана Яковлева</i> | Цифрова безпека в контексті надання електронних послуг на місцевому рівні | 22 |
| <i>Ірина Федулова</i> | Розвиток цифрової економіки в Україні | 24 |
| <i>Іван Макарчук</i> | | |
| <i>Anastasiia Krasnonos</i> | Management of organizations for sustainable | |
| <i>Anastasiia Niesheva</i> | development: challenges and opportunities | 28 |
| <i>Варакін Дмитро</i> | Формування і управління бізнес-процесами в іт- компаніях: стратегічний підхід та метрики ефективності | 31 |
| <i>Yuliia Hrytsai</i> | Communication features in technical support during | |
| <i>Svitlana Tarasenko</i> | the sale of medical equipment | 33 |
| <i>Дмитро Клиновий</i> | Природні активи у територіальній економіці..... | 36 |
| <i>Ірина Петровська</i> | | |
| <i>Валентина Самодай</i> | Впровадження концепції менеджменту якості | |
| <i>Юлія Яценко</i> | (TQM)..... | 39 |
| <i>Валентина Самодай</i> | Оптимізація ефективного функціонування системи | |
| <i>Іслам Лисий</i> | управління якості на підприємстві | 41 |
| <i>Владислав Загорко</i> | Особливості використання інструментів управління | |
| <i>Валентина Самодай</i> | якістю | 44 |
| <i>Костянтин Циганок</i> | Недостовірні класифікації товарів за УКТ ЗЕД та її | |
| <i>Тетяна Чорна</i> | наслідки | 47 |
| <i>Андрій Лизогуб</i> | Основні напрями розвитку системи публічного управління та адміністрування | 50 |
| <i>Юлія Матвеева</i> | Вплив фінансових інструментів на процеси | |
| <i>Галина Сурмай</i> | перетворення відходів в енергію | 53 |
| <i>Дем'яненко Н. В.</i> | Особливості підприємницької діяльності як | |
| <i>Іван Штик</i> | складного й багатопланового процесу | 57 |
| <i>Вікторія Кудря</i> | | |
| <i>Алла Світлична</i> | Розвиток фрілансу як широко розповсюдженої | |
| <i>Владислав Передера</i> | форми самостійної зайнятості | 61 |
| <i>Ханлар Махмудов</i> | Брендинг як персоніфікація продукту бізнесу | 65 |
| <i>Віктор Кривошея</i> | | |
| <i>Владислав Шамрай</i> | | |

| | | |
|----------------------------|---|-----|
| <i>В'ячеслав Бурименко</i> | Механізм управління інноваційними процесами торговельного підприємства | 69 |
| <i>Яна Кобушко</i> | Удосконалення процесу рекрутингу на виробничих підприємствах України | 71 |
| <i>Тетяна Голик</i> | Public health as an aspect of modern urban public policy | 74 |
| <i>Oleksii Demikhov</i> | | |
| <i>Sirle Salmistu</i> | | |
| <i>Nadiia Demikhova</i> | | |
| <i>Дар'я Гапієнко</i> | Актуальні теорії мотивації у системі стимулювання праці персоналу | 77 |
| <i>Посилкіна О.В.</i> | Впровадження моделі економічного управління в закладах охорони здоров'я в умовах їх переходу на нові умови господарювання | 79 |
| <i>Бушуєва В.Ю.</i> | | |
| <i>Інна Бондарчук</i> | Економіко-правовий механізм природокористування..... | 83 |
| <i>Вікторія Дехтярчук</i> | | |
| <i>Світлана Капран</i> | | |
| <i>Тетяна Гусаковська</i> | Особливості управління кар'єрним зростанням персоналу організації в сучасних умовах | 87 |
| <i>Марина Малець</i> | Вплив митної політики на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України | 89 |
| <i>Олена Костюнік</i> | | |
| <i>Вікторія Сухоцька</i> | Менеджмент персоналу в банківській установі | 91 |
| <i>Наталія Стоянець</i> | | |
| <i>Андрій Дудченко</i> | | |
| <i>Наталія Стоянець</i> | Управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства | 93 |
| <i>Віталій Андріяшев</i> | | |
| <i>Наталія Стоянець</i> | Менеджмент інноваційної діяльності аграрного підприємства | 95 |
| <i>Микола Придуха</i> | | |
| <i>Наталія Стоянець</i> | Менеджмент підприємств будівельної галузі | 97 |
| <i>Сергій Чугай</i> | | |
| <i>Юлія Матвєєва</i> | Особливості промоції зелених енергетичних інновацій у світовій практиці | 99 |
| <i>Вадим Желіба</i> | | |
| <i>Людмила Борян</i> | Виклики та завдання сучасного менеджменту | 103 |
| <i>Анна Гаман</i> | | |
| <i>Віталій Баранов</i> | Управління трудовими ресурсами організації на основі використання технологій штучного інтелекту | 105 |
| <i>Анна Назаренко</i> | | |
| <i>Вікторія Борщ</i> | «Запас» людського капіталу в галузі охорони здоров'я: дефініція та вимір | 109 |
| <i>Михайло Данилко</i> | | |
| <i>Ірина Цілюрик</i> | Управління ресурсним потенціалом підприємства... | 115 |

| | | |
|---------------------------|---|-----|
| <i>Олексій Жмаєв</i> | Методи подолання опору у процесі запровадження | |
| <i>Ія Дегтярьова</i> | електронного документообігу | 117 |
| <i>Юрій Рагозін</i> | Підходи та методи оцінювання ефективності | |
| <i>Ія Дегтярьова</i> | діяльності будівельної організації | 120 |
| <i>Юрій Лихвар</i> | Підходи до формування організаційної структури | |
| <i>Ія Дегтярьова</i> | будівельної компанії | 126 |
| <i>Nataliya Stoyanets</i> | Improving the effectiveness of existing management | |
| <i>WU Yiyang</i> | methods of the organization | 129 |
| <i>Nataliya Stoyanets</i> | International cooperation and European integration: | |
| <i>Fu Baoer</i> | innovative dimension | 132 |
| <i>Роман Мірошник</i> | Перспективи розвитку малого та середнього | |
| <i>Соломія Кушпір</i> | бізнесу в умовах воєнного стану в Україні | 135 |
| <i>Валентина Ізбаиш</i> | Інтеграція принципів екологічного менеджменту в | |
| <i>Віктор Кушнірук</i> | економічні стратегії підприємств для сталого | |
| | розвитку | 137 |
| <i>Олександр</i> | Вплив вертикальної диверсифікації на | |
| <i>Старовойтов</i> | резильєнтність підприємства електронної комерції.. | 141 |
| <i>Леся Рибалко-Рак</i> | Методи дослідження якості послуг при прийнятті | |
| <i>Софія Білецька</i> | управлінських рішень на підприємстві | 143 |
| <i>Денис Грунін</i> | | |
| <i>Михайло Коломієць</i> | Деякі аспекти управлінської діяльності на | |
| <i>Олена Хачатурян</i> | підприємстві | 145 |
| <i>Роман Мигалюк</i> | Забезпечення особистісного і професійного | |
| <i>Ія Дегтярьова</i> | розвитку членів команд як чинник успішності | |
| | компанії | 147 |
| <i>Павло Панченко</i> | Друге життя старої електротехніки | 151 |
| <i>Гіржева Ольга</i> | Організація зв'язків з громадськістю: роль у | |
| | формуванні іміджу підприємств та сучасні | |
| | тенденції розвитку..... | 154 |
| <i>Довгенко Я. О.</i> | Сучасна система управління результативністю | |
| <i>Токарев Б. Р.</i> | підприємства | 156 |
| <i>Ірина Тернова</i> | Особливості прийняття управлінських рішень топ- | |
| <i>Дмитро Безбородий</i> | менеджерами в умовах економічної нестабільності | 162 |
| <i>Ліна Стороженко</i> | Демократія участі: сучасні виклики..... | 166 |
| <i>Mariya Sira</i> | Aligning management with ai: advancing sustainable | |
| | development | 168 |
| <i>Юлія Матвєєва</i> | Реалізація енергоефективних проєктів у міському | |
| <i>Михайло Смик</i> | благоустрої | 171 |

| | | |
|--------------------------|--|-----|
| <i>Mayboroda Tetiana</i> | Analysis of the current state of development of | |
| <i>Vertsiuk Illia</i> | advertising projects on the meat market in ukraine | 175 |
| <i>Вадим Лук'янихін</i> | Формування інвестиційної привабливості | |
| <i>Микола Личак</i> | зовнішньо-економічних проєктів | 178 |
| <i>Яна Довгенко</i> | Особливості ризик – менеджменту страхових | |
| <i>Людмила Яременко</i> | компаній України | 180 |
| <i>Тетяна Козарь</i> | Організація професійного навчання з підвищення | |
| | кваліфікації державних службовців в Україні | 184 |
| <i>Вадим Лук'янихін</i> | Організаційно-структурні перетворення у системі | |
| <i>Костянтин</i> | адміністративного менеджменту приватного | |
| <i>Паржсин</i> | медичного закладу тов «САНА – МЕД»..... | 187 |
| <i>Вадим Лук'янихін</i> | Якість надання адміністративних послуг на | |
| <i>Вікторія Козак</i> | регіональному і місцевому рівнях в Україні..... | 191 |
| <i>Андрій Андрєєв</i> | Ефективне управління персоналом в умовах | |
| | непередбачуваних змін та нестабільності | 195 |
| <i>Ірина Новік</i> | Комерційна таємниця як одна зі складових успіху | |
| <i>Ірина Андрощук</i> | економічної безпеки бізнесу | 197 |
| <i>Вадим Лук'янихін</i> | Теоретичні основи управління персоналом в | |
| <i>Віктор Садовничий</i> | організації: дефініції, класифікація та роль | 200 |
| <i>Олександра Кужур</i> | Теоретичні основи взаємодії з клієнтами у бізнес- | |
| <i>Ігор Хоменко</i> | середовищі | 204 |
| <i>Олена Лук'янихіна</i> | Вдосконалення системи управління митними | |
| <i>Олександр Бондар</i> | ризиками в процесі європейської інтеграції України | 208 |
| <i>Костянтин</i> | Особливості надання освітніх послуг в умовах | |
| <i>Гриценко</i> | діджиталізації суспільства та освіти..... | 212 |
| <i>Олександр</i> | | |
| <i>Островський</i> | | |
| <i>Katarzyna</i> | Cognitive technologies for SMART CITY | 215 |
| <i>Postrzednik-Lotko</i> | | |
| <i>Людмила Гусарчук</i> | Інноваційні принципи успішного менеджменту в | |
| | галузі водневої енергетики, як пріоритетна | |
| | складова концепту національної безпеки України... .. | 217 |
| <i>Андрій Коваленко</i> | Феномен резильєнтності в контексті цілей сталого | |
| <i>Оксана Сакаль</i> | розвитку..... | 221 |
| <i>Ihor Vakulenko</i> | Scaling up energy innovations in Ukraine in the | |
| <i>Svitlana Medvid</i> | context of war and beyond | 224 |
| <i>Меженська В.О.</i> | Науково-практичні підходи до формування і | |
| <i>Посилкіна О.В.</i> | управління корпоративною культурою у закладі | |
| | охорони здоров'я | 226 |

| | | |
|-------------------------------|--|-----|
| <i>Вікторія Мартинець</i> | Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в контексті цілей сталого розвитку..... | 229 |
| <i>Едуард Богдан</i> | Проектний менеджмент як основа розвитку будівельної галузі | 231 |
| <i>Антон Золотарьов</i> | Особливості управління сучасними вищими навчальними закладами | 233 |
| <i>Юлія Матвєєва</i> | | |
| <i>Катерина Загоруйко</i> | | |
| <i>Світлана Рибальченко</i> | | |
| <i>Iuliia Myroshnychenko</i> | Beyond direct impacts: using system dynamics to capture the consequences of the clean energy transition | 235 |
| <i>Катерина Мальцева</i> | Самоорганізація населення в системі місцевого самоврядування | 239 |
| <i>Юрії Бакал</i> | Використання методу сценаріїв при оцінці ризиків господарської діяльності закладу охорони здоров'я | 241 |
| <i>Яна Деренська</i> | The essence and concept of production organization. | |
| <i>Anastasiia Karepina</i> | system approach to the organization of production | 243 |
| <i>Anastasiia Niesheva</i> | Crafting a positive public image: strategic approaches to managing the perception of employees in local self-government bodies..... | 246 |
| <i>Nelya Verbitska</i> | | |
| <i>Svitlana Rybalchenko</i> | | |
| <i>Софія Журило</i> | Антикризове управління на підприємстві і методи запобігання кризи | 248 |
| <i>Анастасія Маркіна</i> | Роль формування партнерських відносин у місцевому економічному розвитку | 252 |
| <i>Марина Волосюк</i> | Розробка стратегії економічного відновлення та розвитку Сумщини | 255 |
| <i>Тарас Савченко</i> | | |
| <i>Світлана Ткачова</i> | Удосконалення стратегічного планування розвитку регіонів України..... | 259 |
| <i>Катерина Борисова</i> | | |
| <i>Алекс Нусєйр</i> | Особливості менеджменту персоналу медичних закладів в умовах воєнного стану та кадрових обмежень | 262 |
| <i>Kamilė Medekytė-Žydelė</i> | An investigation into the development of an environmental management accounting system tailored for companies providing intellectual | |
| <i>Andželika Nariūnaitė</i> | services..... | 265 |
| <i>Katažyna Basiulis</i> | | |
| <i>Олександр Павлов</i> | Комплементарна управлінська парадигма інклюзивного розвитку об'єднаних територіальних громад та районів України | 269 |

| | | |
|---|--|-----|
| <i>Вуйченко М.А.</i> <i>Яроміч М.М.</i> | Роль управління соціальним розвитком персоналу підприємств в формуванні трудового потенціалу країни | 274 |
| <i>Ольга Давидюк-Потужна</i> <i>Олена Павленко</i> | Принципи організації первинної медичної допомоги | 277 |
| <i>Олександр Бондар</i> <i>Віктор Виноградчий</i> | Ефективність міжнародної співпраці в управлінні митними ризиками | 279 |
| <i>Максим Алексєєв</i> <i>Микола Небава</i> <i>Марія Бойко</i> | Роль цифрових технологій в оптимізації логістичних процесів у фармацевтиці | 282 |
| | Методи аналізу маркетингової діяльності на підприємстві: ключ до успіху у сучасному бізнесі..... | 284 |
| <i>Катерина Пасько</i> <i>Георг Рекуненко</i> | Управління персоналом в органах державної влади..... | 289 |
| <i>Олександр Сухой</i> <i>Ія Десятьова</i> | Ключові функції для формування ефективної корпоративної культури в ІТ компаніях в Україні... .. | 291 |
| <i>Тетяна Жолуденко</i> <i>Корж М. В.</i> | Обмеження та можливості впровадження інновацій до комплексу маркетингу на фармацевтичному ринку | 294 |
| <i>Ольга Євтушенко</i> | STAY-інтерв'ю як інструмент підтримки та зміцнення команди..... | 298 |
| <i>Izabela Marszalek-Kotzur</i> <i>Юлія Дзюбан</i> | Artificial intelligence and organizational management.. | 300 |
| | Особливості антикризового менеджменту в умовах війни | 303 |
| <i>Бобонець Є.С.</i> <i>Ольга Гіржева</i> <i>Ольга Ігнатенко</i> | Теоретичні аспекти у сфері публічного адміністрування | 305 |
| | Особливості управління товарною лінійкою компанії та ренеймінгу портфелю продуктів в сучасних умовах..... | 308 |
| <i>Вячеслав Мельник</i> <i>Ія Десятьова</i> | Підходи до забезпечення працевлаштування осіб без досвіду роботи, в іт-компанії в умовах кризової ситуації на ринку ІТ | 311 |
| <i>Ірина Тернова</i> <i>Аліна Маліновська</i> <i>Світлана Бабич</i> <i>Дмитро Ілясов</i> | Інформаційне забезпечення процесів управління в органах державної влади..... | 315 |
| | Формування системи стратегічного управління на основі інформаційної бази даних організації | 323 |

| | | |
|---------------------------|--|-----|
| <i>Світлана Бабич</i> | Формування та реалізації стратегічного управління | |
| <i>Андрій Крайній</i> | розвитком підприємства в умовах цифровізації..... | 326 |
| <i>Світлана Бабич</i> | Організаційна структура в системі управління | |
| <i>Марія Завада</i> | сучасним підприємством | 329 |
| <i>Єлизавета Кічігіна</i> | Формування стратегії розвитку іміджу закладів освіти..... | 332 |
| <i>Карина Юзефович</i> | Використання штучного інтелекту для оптимізації управлінських процесів | 335 |
| <i>Tetyana Mayboroda</i> | Common challenges encountered by emerging | |
| <i>Daniela Chumakova</i> | organizations | 338 |
| <i>Володимир</i> | Пріоритети системи управління інноваційним | |
| <i>Ціпуринда</i> | розвитком підприємства | 341 |
| <i>Олексій Деміхов</i> | Дослідження сучасної політики управління | |
| <i>Артем Барикін</i> | соціальним розвитком в Польщі (м. Познань) та можливості застосування її підходів в Україні..... | 345 |
| <i>Марія Мінченко</i> | Збутова політика підприємства: практичні аспекти | |
| <i>Тетяна Болотна</i> | використання соціальних мереж | 349 |
| <i>Тетяна Майборода</i> | Проектний підхід в управлінні територіальними | |
| <i>Тимур Саченко</i> | громадами базуючись на методологіях P2M та PM.. | 352 |
| <i>Віталій Нестерук</i> | Актуальність дистанційних та гібридних моделей управління організаціями в контексті інформаційних технологій | 355 |
| <i>Вероніка Приходько</i> | Використання сучасних технологій в управлінні персоналом молочних підприємств | 358 |
| <i>Руслан Мугутдінов</i> | Особливості управління проектами в сфері | |
| <i>Денис Смоленніков</i> | інтелектуальних розваг: вітчизняний та місцевий досвід | 363 |
| <i>Юлія Опанасюк</i> | Управління інвестиційною привабливістю | |
| <i>Сергій Кашка</i> | підприємств водопостачання при повоєнному відновленні..... | 365 |
| <i>Катерина Кравцова</i> | Роль публічного управління та адміністрування у підвищенні системи мотивації викладацького складу у закладах вищої освіти..... | 368 |
| <i>Олена Заворотна</i> | Розробка заходів щодо удосконалення надання амбулаторно-поліклінічної допомоги населенню... | 372 |
| <i>Супрун Богдана</i> | Удосконалення системи мотивації та оплати праці на підприємствах | 374 |

| | | |
|----------------------------|---|-----|
| <i>Тетяна Бондар</i> | Особливості планування міжнародного проекту..... | 376 |
| <i>Владислав Тимошенко</i> | | |
| <i>Тетяна Майборода</i> | Новели законодавства щодо спрощення процедури надання адміністративних послуг | 379 |
| <i>Анастасія Пушкарь</i> | Соціальні інновації в Україні: виклики та перспективи..... | 381 |
| <i>Вікторія Сулим</i> | | |
| <i>Юлія Матвєєва</i> | Особливості системи менеджменту підприємства медичної галузі (на прикладі комунального некомерційного підприємства «Новгород-Сіверська центральна міська лікарня» імені І. В. Буяльського)..... | 384 |
| <i>Арсен Мяус</i> | | |
| <i>Катерина Логінова</i> | Теоретичний аспект формування системи управління фінансово-економічною безпекою | 386 |
| <i>Ольга Шульга</i> | Реалізація корпоративної соціальної відповідальності в Україні | 389 |
| <i>Ірина Музира</i> | Удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ІЮКРЕЙН»)..... | 392 |
| <i>Світлана Тодорова</i> | Значення комунікативних якостей сучасного керівника..... | 394 |
| <i>Ольга Дромашко</i> | Підготовка викладачів до екологічної грамотності: подолання прогалін в екологічній освіті..... | 397 |
| <i>Яна Півоварова</i> | Управління прибутком туристичних компаній в умовах сезонності | 399 |
| <i>Бондар Ю.А.</i> | | |
| <i>Liudmyla Saher</i> | Assessment approaches of inclusive growth | 402 |

МЕТОДИ АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ: КЛЮЧ ДО УСПІХУ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

*Бойко Марія Вячеславівна,
студентка магістратури,
Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ*

В сучасному бізнес-середовищі швидкість, складність і обсяги збору даних ростуть, як і конкуренція. Аналіз маркетингової діяльності дозволяє підприємствам розуміти ефективність своїх дій, потреби клієнтів і приймати обґрунтовані рішення та адаптувати стратегії.

Необхідною складовою діяльності будь-якої організації є проведення різних видів аналізу, який залежить від їхніх стратегічних цілей і конкретних тактичних завдань. Один з найважливіших видів аналізу, який необхідний для забезпечення ефективності діяльності - аналіз маркетингової діяльності. Проте оцінка ефективності маркетингової діяльності є вкрай складною, оскільки не завжди можна виміряти кількісні результати, що досягаються за допомогою маркетингових заходів. Крім того, створення цінності за допомогою маркетингу також не завжди є очевидним (Кобелев, Василюк, 2018).

Перш ніж перейти до подальшого розгляду показників ефективності маркетингової діяльності, варто уточнити визначення поняття «ефективність». Загалом, «ефективність» відображає співвідношення між результатом будь-якої діяльності та витратами, які були на неї зроблені. Застосовуючи це визначення до маркетингових заходів, можна сказати, що ефективність маркетингової діяльності полягає у співвідношенні між отриманими результатами від проведення маркетингових заходів (дослідження ринку, реклама, стимулювання збуту та інше) та витратами на їх здійснення. Існує кілька визначень економічної ефективності маркетингової діяльності (Пилипенко, 2020).

1) Відносний різноманітний результат на всіх етапах маркетингового процесу, що відповідає кінцевим і проміжним цілям маркетингової діяльності;

2) Відношення ефекту (результату) від проведення маркетингової діяльності до всіх витрат, пов'язаних з цим процесом;

3) Віддача витрат, пов'язаних з маркетинговою діяльністю, яка може бути оцінена як відношення ефекту або результату, вираженого в натуральних (матеріальних або нематеріальних) або вартісних (цінових) формах, до всіх необхідних ресурсів (матеріально-технічних, працівників та інших), необхідних для організації та здійснення маркетингової діяльності.

Під результатами маркетингової діяльності підприємства розуміються різноманітні показники, такі як збільшення попиту, приваблення нових

споживачів, рівень лояльності до підприємства (бренду), задоволеність потреб споживачів, обсяги продажів, рівень свідомості, частка на ринку, прибуток від реалізації та інші (Стренковська, Панченко, 2023). Витрати на маркетингову діяльність часто асоціюються з витратами на збут (рекламу), проте такий підхід є обмеженим, оскільки витрати на маркетинг включають також витрати, пов'язані з розробкою нового продукту, формуванням ціноутворення, проведенням комунікативних заходів різного характеру, утриманням маркетингового відділу на підприємстві та інші (Лукан, 2014).

Науковці виокремлюють багато методів оцінки ефективності маркетингової діяльності. Якісні методи передбачають застосування маркетингового аудиту, що полягає у проведенні аналізу цілей, стратегій та результатів діяльності підприємства з метою виявлення проблем і поліпшення маркетингової діяльності та розробки ефективного плану маркетингу. Кількісні методи включають порівняння витрат на маркетингову діяльність з валовим прибутком та витратами на рекламу з обсягом продажів. Кількісні методи оцінки ефективності маркетингової діяльності характеризуються фінансовими результатами діяльності підприємства.

Соціологічні методи оцінки ефективності маркетингової діяльності включають проведення маркетингових досліджень, опитування керівників та спеціалістів з маркетингу щодо стану системи маркетингової діяльності на підприємстві, оцінку ефективності маркетингових комунікацій, таких як реклама, PR, аналіз стимулювання реалізації товарів та персонального продажу.

Бальні методи оцінки ефективності маркетингу базуються на «виокремленні» ефективності кожного заходу шляхом оцінки його відповідності структурам та процесам концепції маркетингу, з присвоєнням певного балу за кожним критерієм.

Інформаційні методи оцінки маркетингової діяльності передбачають використання спеціальних комп'ютерних програм, таких як «Marketing Expert», «Clientele», «Fin Expert маркетинг», «БЕСТ-маркетинг», а також застосування різних аналітичних методів, таких як GAP-аналіз, SWOT-аналіз, СТЕP-аналіз, метод «4P» (Тарасюк, 2019).

Проаналізуємо маркетингову діяльність на основі Приватного Акціонерного Товариства «Страхової Компанії «ПЗУ Україна».

У нинішніх кризових обставинах роль маркетингу в діяльності компанії посідає вирішальне місце серед всіх інших сфер її роботи. По суті, маркетинг є вихідною точкою, оскільки саме з його результатів впливає вибір актуального асортименту та прогноз обсягів надання послуг. Учені активно обговорюють проблему визначення того, що під час аналізу маркетингової діяльності вважається її безпосереднім результатом. Аналіз маркетингу варто проводити в короткотерміновій та довготерміновій перспективі: в першому

випадку головним ефектом є зростання прибутку від надання існуючих видів страхових послуг; у довготерміновій перспективі висновки слід формувати на основі обсягів продажу відповідно до зміни потреб та лояльності споживачів і відповідності розробленої структури асортименту компанії цим новим вимогам ринку.

Таким чином, маркетингову діяльність пропонується оцінювати за допомогою маркетингового контролю, тобто системи оцінювання маркетингових програм у двох напрямках. У короткостроковій перспективі вона вимірюється показниками, пов'язаними з прибутком. На противагу цьому, у довгостроковій перспективі характеризується показниками, пов'язаними з брендом (знаннями, лояльністю, асоціацією, фінансовими індикаторами бренду).

Модель контролю за маркетинговими процесами включає чотири основні елементи: тип контролю, учасник контролю, ціль контролю та методи контролю. Вона просувається через п'ять кроків:

1. розробка планових показників;
2. обмірювання реальних показників;
3. співставлення реальних та запланованих показників;
4. дослідження відмінностей між фактичними та очікуваними даними;
5. складання корегуючих дій для прийняття керівних рішень.

Аналітичний огляд сучасних методів оцінки маркетингової діяльності демонструє, що більшість науковців вважають, що ідеальні мірники оцінки повинні задовольняти декілька ключових вимог:

— мінімалізм. Потрібно обрати відносно малу кількість показників для оцінювання ефективності, щоб уникнути перевантаження інформацією та її втрати;

— корисність для прогнозування. Нефінансові показники мають бути в змозі передбачати майбутні фінансові результати. Це означає, що нефінансові показники повинні бути вирішальними, а фінансові - відстроченими показниками, які обраховують вже досягнуті результати. Якщо нефінансові показники не є обов'язковими для контролю відповідно до норм регулювання, етики або безпеки, їх можна не використовувати;

— системність. Показники ефективності маркетингової діяльності повинні мати перевагу перед спеціалізованими метриками, такими як можливість послідовного відслідковування від нижніх до верхніх рівнів корпорації, що дозволяє визначити зв'язок між особистими та корпоративними результатами. Вони дозволяють виконувати аналіз від верхніх до нижніх рівнів та робити порівняльний аналіз на горизонтальному рівні між різними підрозділами, що сприяє інноваціям та підвищенню ефективності;

— стабільність. Система управління повинна бути стабільною, показники мають змінюватися поступово, щоб персонал був у курсі довгострокових цілей компанії та міг прогнозувати свою поведінку;

— придатність до компенсації. Оптимальні показники мають слугувати основою для винагородження співробітників за їхні досягнення, які залежать від фінансових результатів або впливу на фінансові результати показників нефінансового характеру.

Розглянемо маркетингову діяльність ПрАТ СК «ПЗУ Україна» в рамках маркетингового міксу «4Р».

1) Product. ПрАТ СК «ПЗУ Україна» пропонує велику кількість страхових продуктів, у 2022 році основними послугами компанії були: страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів (за внутрішніми договорами) – 25% від загальних страхових платежів, страхування наземного транспорту (крім залізничного) – 22% від загальних страхових платежів, страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів (за міжнародними договорами) – 17% від загальних страхових платежів, добровільне медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) – 11% від загальних страхових платежів, добровільне страхування подорожуючих – 8% від загальних страхових платежів. Оскільки попит на послуги є стабільним, була сформована відповідна стратегія маркетингу, основним завданням якої є підтримка існуючого рівня попиту, з урахуванням змін у потребах споживачів та зовнішнього середовища (Звітність ПРАТ СК «ПЗУ Україна», 2022 р.).

2) Place. Юридична адреса Компанії – Україна, 04053, м. Київ, вул. Січових Стрільців, 40. Регіональні представництва відкрито в 14 областях України. Станом на 31 грудня 2022 р., у компанії працюють 591 повноцінних співробітники та 1,764 страхових агенти (з яких 1,146 - юридичні особи та 618 - фізичні особи) (Звітність ПРАТ СК «ПЗУ Україна», 2022 р.).

3) Price. Компанія визначає премії на рівні, який гарантує, що загальна сума отриманих премій та інвестиційного прибутку перевищує суму збитків, витрат на врегулювання цих збитків, витрат на асистанс та управлінські витрати. Враховуються різні фактори при формуванні ціни, які можуть варіюватися в залежності від страхового продукту, а також від запропонованого покриття та виплат. Зазвичай вони включають:

— очікувані збитки від власників страхових полісів та очікувані виплати, а також їхні строки;

— мінливість, пов'язану з очікуваними виплатами;

— інші витрати на розробку продукту, включаючи витрати на збут, маркетинг, адміністрування полісів, асистанс, та врегулювання збитків;

— фінансові умови, які відображають вартість коштів у часі;

— вимоги до капіталу та платоспроможності;

— планові показники прибутковості;

— кон'юнктуру страхового ринку, включаючи ціни на аналогічні продукти, встановлені конкурентами.

4) Promotion. Компанія активно працює над просуванням своїх послуг, зокрема через агентські зусилля, рекламу, стимулювання збуту, PR та брендинг. Найбільшу динаміку зростання продажів полісів показали канали продажу через інтернет (91%) та онлайн-партнери (72%). Альтернативний партнерський канал займає найбільшу частку у продажах - 36% (сума премій 457 млн. грн.), корпоративні продажі - 19% (238 млн. грн.) та канал прямих продажів - 11% (144 млн. грн.) (Звітність ПРАТ СК «ПЗУ Україна», 2022 р.).

Компанія активно впроваджує стратегії цифрового маркетингу. Існує можливість онлайн-придбання страхових полісів, а також отримання необхідної інформації через соціальні медіа платформи, такі як Facebook та YouTube. ПРАТ СК «ПЗУ Україна» використовує свій офіційний веб-сайт як основний канал просування, що забезпечує всебічну підтримку її політики.

Отже, оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства має стратегічний і тактичний напрямки. Оцінка ефективності маркетингової діяльності базується на аналізі різних чинників, включаючи макро- та мікро-маркетингове середовище, систему маркетингового менеджменту та систему управління підприємством. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, що допомагає виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, а також сприяє розробці стратегій для досягнення конкурентної переваги. Вимірювання ефективності маркетингу включає кількісні та якісні показники, що характеризують прибутковість, результативність, частку ринку та конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Кобелев В.М., Василюк К.О. Методичні підходи щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вісник НТУ «ХП». 2018. № 19. С. 98–103
2. Пилипенко І.О. Методи аналізу ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вісник Вінницького національного технічного університету. 2020.
3. Стренковська А.Ю., Панченко, М.О. Аналіз методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7. №1. С. 149-157.
4. Лукан О. М. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2014. № 5. С. 42–51.
5. Тарасюк А.В. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Ефективна економіка*. 2019.
6. Звітність ПРАТ СК «ПЗУ Україна» за 2022 р. URL: https://www.pzu.com.ua/admin/upload/Final_FS_2022_after_EQCR.pdf