

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
РАДА З НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ, АСПРАНТІВ І
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СВІТОВІ
ТЕНДЕНЦІЇ**

**Матеріали
III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
студентів та молодих вчених**

23 жовтня 2019 р., Україна, м. Івано-Франківськ

**Івано-Франківськ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
2019**

УДК 330.3+336+658
ББК 65.9 (4 УКР)
А 43

*Рекомендовано до друку Вченою радою ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
 (протокол № 10 від «30» жовтня 2019 р.)*

Редакційна колегія:

Благуно І.С., д.е.н., професор (голова); Якубів В.М., д.е.н., професор (заступник голови); Баланюк І.Ф., д.е.н., професор; Дмитришин Л.І., д.е.н., професор; Пилипів Н.І., д.е.н., професор; Романюк М.Д., д.е.н., професор; Ткач О.В., д.е.н., професор; Левандівський О.Т., к.е.н., доцент; Ткачук І.Г., д.е.н.; Галушак І.Є., д.п.н., доцент; Гнатюк Т.М., к.е.н., доцент; Кондур О.С., д.п.н., доцент; Стефінін В.В., к.е.н., доцент; Шкроміда В.В., к.е.н., доцент; Щур Р.І., к.е.н., доцент; Плєць І.І., к.е.н., доцент.

А 43 Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених 23 жовтня 2019 р. – Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», – 336 с.

У збірнику опубліковано матеріали конференції, присвяченої актуальним проблемам соціально-економічного розвитку держави, регіонів і підприємств та перспективам їх вирішення.

Матеріали структуровані в розрізі декількох напрямів досліджень: «Банківська система, гроші і кредит»; «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика»; «Економіка і підприємництво»; «Математичне моделювання та інформаційні технології в економіці»; «Менеджмент і маркетинг»; «Міжнародна економіка та бізнес»; «Облік, аналіз та контроль»; «Податкова і бюджетна системи».

Видання призначене для науковців, викладачів, фахівців підприємств та представників органів влади, причетних до питань соціально-економічного розвитку та студентів.

Відповідальні за випуск – Гнатюк Т.М., Плєць І.І.

Матеріали подано у авторській редакції.

Відповідальність за зміст матеріалів, їх відповідність вимогам чинного правопису і достовірність фактів та статистичних даних несуть автори.

УДК 330.3+336+658
ББК 65.9 (4 УКР)

© ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2019

<i>Романів Н. С., Дмитришин Л. І.</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ.....	151
---	-----

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

<i>Андрейчук Р. В., Кузюк М. Я.</i> ЗМІСТ ТА ПРОЦЕДУРА ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРУ НА РИНКУ.....	155
<i>Баляк Т. М., Благун І. І.</i> EVENT-MARKETING-ДІЄВИЙ СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ.....	158
<i>Барщевська А. І., Барщевський Б. В.</i> СТРАТЕГІЇ ПРОНИКНЕННЯ ТОВАРУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК.....	160
<i>Безрука С. В., Зварич І. Т.</i> ВИКОРИСТАННЯ SOCIAL MEDIA MARKETING В СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	162
<i>Богашко О. Л.</i> СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД – СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	165
<i>Буряник М. М., Гринів Л. В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ.....	168
<i>Гулей М. В., Благун І. І.</i> EMAIL-MARKETING ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ.....	170
<i>Гуменюк А. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ... ..	173
<i>Дем'яненко Р. М., Вонберг Т. В.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ.....	175
<i>Дзвінчук Т. Ю., Гринів Л. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	178
<i>Євчук Х. Р., Гринів Л. В.</i> SMM MARKETING: ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	180
<i>Ємець О. І., Дроник Т. Я, Менюк Н. І.</i> РОЛЬ БРЕНДІВ У МАРКЕТИНГУ..	182
<i>Жмурко І. В., Цінько Ю. Д.</i> ВИДИ МАРКЕТИНГУ ЗА ХАРАКТЕРОМ ПОПИТУ.....	185
<i>Жупанова Д. О., Марченко Ю. Г.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ.....	188
<i>Звіришин М. Т., Ціжма Ю. І.</i> БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	190
<i>Ільків Р. І., Гринів Л. В.</i> ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ... ..	193
<i>Ільчитин В. М., Мацола С. М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	196
<i>Ільчук Х. В., Благун І. І.</i> ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА ПРОЦЕС ОБІЗНАНОСТІ ПРО БРЕНД.....	199
<i>Кабанова П. О., Мельничук Г. С.</i> РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГ-МІКСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	200
<i>Каканич О. В., Благун І. І.</i> SEO MARKETING І ЙОГО СКЛАДОВІ.....	203
<i>Клімик Л. І., Гринів Л. В.</i> БЕНЧМАРКІНГ ЯК ШЛЯХ ДО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ.....	205

Богашко О. Л., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД – СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Теорію менеджменту, яка виробила комплекс знань про те, як повинні працювати керівники, варто розглядати не як абсолютну істину, а як інструменти, що допомагають зрозуміти складну структуру функціонування організації.

Найбільш суттєвим в науково-методичному плані є ситуаційний підхід, який вміщує конкретні рекомендації, щодо застосування наукового положення до практики управління залежно від складності ситуації та умов зовнішнього і внутрішнього середовища організації.

Слід визначити, що коли проблеми ситуаційної теорії та ситуаційного підходу в економічній літературі опрацьовано досить широко (теоретичний аспект у роботах М. Паркер Фоллет, Р. Стогділла, М. Мескона та Ф. Хедоурі, Г. Кунца, Д. Занда та інших, науково-методичний аспект у працях І. Ансоффа, Т. Пітерса, М. Портера, В. Кноррінга та інших), то питання практичного застосування ситуаційного підходу опрацьовані значно менше.

Ситуаційні теорії, подаючи опис того, як налаштувати організацію до конкретних вимог, як здійснювати зміни і переміщення найбільш раціонально і безболісно, як створювати і розвивати адаптаційний потенціал, заперечують наявність універсальних підходів в управлінні, наявність узагальнюючих, всебічно охоплюючих принципів побудови і здійснення будь-якого управління.

В менеджменті доводиться аналізувати та оцінювати різні ситуації, у яких присутні випадкові фактори: попит (обсяги продажу товару), точність та параметри виготовлення у виробництві, надійність виробів, дослідні ймовірності подій тощо. Від своєчасного врахування цих факторів та уміння працювати над ними залежать організаційні рішення та можливі результати. Тобто, від правильної оцінки ситуації залежить майбутнє організації, ефективність її роботи, прибутковість, стратегія розвитку [2].

В умовах глобалізації суспільства, підвищення ролі інтелектуалізації в економіці, створюється нова ситуація у взаємовідносинах між підлеглим та керівником, що вимагає від останнього створення зворотного зв'язку та посилення уваги до якості рішень, що приймаються, їх сприйнятливості для підлеглих. Стратегічний напрямок розвитку компаній не може бути забезпеченим лише на основі “вдалих” чи “невдалих” постанов чи наказів керівництва. При здійсненні процесу управління передана зверху команда (дія) викликає зворотну реакцію знизу. Ефективність такої взаємодії буде залежати від повноти та точності, якості та кількості здійсненої “дії”, на базі якої формується зворотна реакція. Тому проблема створення ефективного зворотного зв'язку стає центральною в сучасному менеджменті.

Розкрити повністю суть методологічних аспектів ситуаційного підходу неможливо без характеристики ситуаційного аналізу, як комплексної технології підготовки, прийняття та реалізації управлінського рішення, в основу якої

покладено аналіз окремо взятої управлінської ситуації. Дані технології дозволяють, ґрунтуючись на більш глибокому аналізі ситуацій, встановленні тенденцій, закономірностей і факторів, що визначають їх розвиток, більш обґрунтовано приймати довгострокові рішення. Проведення спеціального аналізу саме тієї ситуації, яка склалася для проекту управління на момент прийняття рішення, дозволить професійному менеджеру обрати ту чи іншу конкретну управлінську технологію, захід, рішення, що в кінцевому випадку приведуть до поставленої цілі.

Головним завданням ситуаційного аналізу є встановлення не всіх, а саме основних факторів, що суттєво впливають на розвиток ситуації. На сьогодні відомі та застосовуються декілька методів виявлення факторів впливу на ситуацію. Найбільш поширені з них – це:

- “мозкова атака” – найбільш розповсюджений метод при проведенні експертизи в організаціях. Проводиться у два тури: у першому проходить генерування ідей, а у другому – обговорення цих ідей, їх оцінка та розробка колективної точки зору;

- метод анкетування у два тури – це закритий засіб обговорення проблеми: у першому турі кожний зі спеціалістів, запрошених керівником, заповнює спеціально розроблену анкету, у якій вказує фактори, що визначають розвиток ситуації та дає пояснення їх включення до числа найважливіших. Внесені фактори ранжируються спеціалістами відповідно ступеню їх впливу на розвиток ситуації. В другому турі заповнені анкети оцінюються іншими спеціалістами, які чи погоджуються, чи ні із попередніми висновками. Результати другого туру обробляються аналітичною групою, і отримана інформація попадає до керівника, який і приймає кінцеве рішення стосовно факторів, які визначають розвиток ситуації;

- метод факторного аналізу, за допомогою якого можна класифікувати фактори на суттєві та несуттєві, головні та додаткові, внутрішні та зовнішні. Розроблені на основі обробки даних коефіцієнти впливу відповідного фактору, дозволяють ранжувати їх за ступенем значущості та отримати формулу для розрахунку очікуваних значень показників, що характеризують ситуацію при зміні значень факторів. Отримані результати дозволять більш обґрунтовано оцінювати очікувані зміни ситуації при очікуваних змінах факторів;

- багатомірне шкалювання – процес зменшення кількості факторів, які необхідно брати до уваги при аналізі чи оцінці очікуваних змін ситуації в результаті тих чи інших управлінських рішень та суттєва знакова інтерпретація отриманого набору факторів. Свою назву метод отримав тому, що в результаті зміни вихідної інформації основні показники зміни ситуації оцінюються за невеликою групою факторів та вимірюються в невеликій кількості шкал [3].

Сучасні технології ситуаційного аналізу потребують методичного, організаційного, інформаційного та комп’ютерного супроводу.

З точки зору психології можна виділити дві крайні позиції стосовно ролі факторів, що впливають на процес прийняття рішень у конкретних ситуаціях. Згідно з першою, суб’єктивною, рішення в основному обумовлені структурою

особистості, а саме, сукупністю таких стабільних властивостей, як здібності, темперамент, ступінь страху, сила волі й таке інше. Згідно з іншою, яку називають “інвайронменталізмом” (environment – середовище), зовнішнє середовище є визначальним фактором у прийнятті рішень. Фізичне, предметне та соціальне середовище, організація виробництва, ЗМІ, стан економіки та ринкова ситуація маніпулюють поведінкою людей. Відповідно названих точок зору, в одних інституціональних системах людина стає перестраховальником, в інших – перетворюється в пошукувача ризикових пригод. На сьогодні важливим для українських підприємств залишається завдання створення таких організаційних систем, які б спонукали менеджерів до раціональних дій [1; 4].

Планування організаційних змін охоплює аналітичну та прогностичну діяльність, започатковану на технологіях ситуаційного аналізу. При цьому до уваги повинні прийматись різні фактори (перемінні втручання, індивідуум, група, підрозділ, організація в цілому), а також чисельні організаційні параметри, а саме:

- структура і процеси;
- організаційна культура як модель базових цінностей та принципів, що розподіляють члени організації;
- кадрові ресурси.

Радикальні зміни стають гостро необхідними у зв'язку з бурхливим розвитком оточуючого ринкового середовища після тривалої фази стабільності та ігнорування необхідних адаптивних кроків. Менеджмент як наука, може надати інструментарій для упорядкування уяви про складність реальних систем. Одним із таких інструментаріїв є моделі, концепції та методи, технології ситуаційного підходу, які нададуть допомогу менеджеру при структуруванні і формулюванні складних внутрішньофірмових проблемних ситуацій з подальшим прийняттям адекватних управлінських рішень, направлених на досягнення результативності в діяльності підприємства.

Література:

1. Богашко О. Л. Організація роботи з персоналом – філософія сучасного підприємства / О. Л. Богашко // Стратегії та інновації : актуальні управлінські практики : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2018. – С. 246–248.
2. Федулова Л. І. Ситуаційний менеджмент : науково-методологічний аспект / Л. І. Федулова, Г. І. Фролова. – К., Науковий світ, 2002. – 32 с.
3. Фролова Г. І. Ситуаційний підхід в сучасній теорії та практиці менеджменту / Г. І. Фролова // Формування ринкових відносин в Україні : Зб. наук. праць. – К. : НДЕІ, 2002. – Вип.16. – С. 146–149.
4. Bogashko O. L. Formation of the human capital of nation in the conditions of anti-crisis development of economy / O. L. Bogashko // International Scientific Conference Anti-Crisis Management : State, Region, Enterprise : Conference Proceedings, Part II, November 17th, 2017. Le Mans, France : Baltija Publishing. – P. 107 – 110.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ***Матеріали**III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
студентів та молодих вчених***23 жовтня 2019 р.***Відповідальні за випуск – Гнатюк Т.М., Плець І.І.***Адреса редакції**

76000, Україна, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка 57.

Усі права застережені. Передрук і переклади дозволяються лише за згодою автора і редакції. Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.