МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Луцький національний технічний університет
Рада підприємців при Кабінеті Міністрів України
Інститут демографії та проблем якості життя НАН України (Київ)
Інститут економіки промисловості НАН України (Київ),
Інститут регіональних досліджень НАН України (Львів),
Волинський осередок ВГО «Спілка економістів України»,
Волинський обласний центр зайнятості,
Київський національний університет будівництва і архітектури
ДННУ «Академія фінансового управління» (м. Київ),
Хмельницький національний університет, Державний університет економіки і технологій (Кривий Ріг)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Вінниця)
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» (Луцьк)
Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академ. С.Дем'янчука (Рівне)
Державний університет «Житомирська політехніка» (Житомир)
Мукачівський державний університет (Мукачево), Університет Короля Данила (Івано-Франківськ),
Університет Марії Кюрі-Склодовської у Любліні (м. Люблін, Польща)
Управління статистики у Жешуві (м. Жешув, Польща), Академія Замойська (м. Замость, Польща),
Національна торгово-промислова палата у Варшаві (м. Варшава, Польща)
Фундація «Інститут сталого розвитку» (м. Варшава, Польща)
Технічний університет – Варна (м. Варна, Болгарія)
Сільськогосподарська академія університету імені Вітовта Великого (м. Каунас, Литва)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

X Міжнародна науково-практична конференція
Луцький національний технічний університет

THE ACTUAL PROBLEMS OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS MANAGEMENT

10 th international scientifically-practical conference
Lutsk National Technical University

6 грудня 2024 р.
Частина 1

6 December, 2024
Part 1

Луцьк – 2024
Lutsk – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Луцький національний технічний університет
Рада підприємців при Кабінеті Міністрів України
Інститут демографії та проблем якості життя НАН України (Київ)
Інститут економіки промисловості НАН України (Київ),
Інститут регіональних досліджень НАН України (Львів),
Волинський осередок ВГО «Спілка економістів України», Волинський обласний центр зайнятості,
Київський національний університет будівництва і архітектури
ДННУ «Академія фінансового управління» (м. Київ), Хмельницький національний університет,
Державний університет економіки і технологій (Кривий Ріг)
Донецький національний університет імені Василя Стуса (Вінниця)
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» (Луцьк)
Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академ. С.Дем'янчука (Рівне)
Державний університет «Житомирська політехніка» (Житомир)
Мукачівський державний університет (Мукачево), Університет Короля Данила (Івано-Франківськ),
Університет Марії Кюрі-Склодовської у Любліні (м. Люблін, Польща)
Управління статистики у Жешуві (м. Жешув, Польща), Академія Замойська (м. Замость, Польща),
Національна торгово-промислова палата у Варшаві (м. Варшава, Польща)
Фундація «Інститут сталого розвитку» (м. Варшава, Польща)
Технічний університет – Варна (м. Варна, Болгарія)
Сільськогосподарська академія університету імені Вітовта Великого (м. Каунас, Литва)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

THE ACTUAL PROBLEMS OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS MANAGEMENT

X Міжнародна науково-практична конференція
Частина 1

10 th international scientifically-practical conference
Part 1

Луцький національний технічний університет

Lutsk National Technical University

6 грудня 2024 року

6 December, 2024

This project has received funding from European Union`s Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No.871072.

Луцьк
«Надстир'я»
2024

УДК 338.24 : 330.342 (063)
А 43

Рекомендовано Вченою радою
Луцького національного технічного університету
(протокол № 5 від 26 грудня 2024 р.)

Рецензенти:
Голян В.А. – д.е.н., професор, директор ГО «Європейський аналітичний центр»;
Хомюк Н. Л. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту Волинського національного університету ім. Лесі Українки

А 43 **Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами:** *матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф*., Частина 1. Луцьк, 6 груд. 2024 р., Луцьк: Надстир'я, 2024. 483 с.

The actual problems of social and economic systems management : *10 th international scientifically-practical conference,* Part 1. December 6, 2024**,** Lutsk: Nadstyrja, 2024. 483 p.

ISBN 978-617-8438-05-0

Збірник містить матеріали учасників X Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами», що охоплюють проблеми структурної трансформації економіки регіонів польсько-українського прикордоння, управління національним господарством, галузями та господарськими комплексами; управління державними фінансами та інвестиційного забезпечення відбудови України, регіонального менеджменту та міжнародного співробітництва в контексті подальшої євроінтеграції України; менеджменту та економіки підприємства; управління персоналом, трудового потенціалу, лідерства; ринку праці, зайнятості населення, соціального партнерства; управління логістичними процесами на різних рівнях господарювання, а також економіки довкілля та природних ресурсів.

Для науковців, аспірантів, студентів, практиків, які досліджують проблеми управління соціально-економічними системами різних рівнів.

УДК 338.24 : 330.342 (063)

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

ISBN 978-617-8438-05-0 © Луцький національний технічний університет, 2024

СЕКЦІЯ №5
МЕНЕДЖМЕНТ, ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА, ЛОГОСТИКА

Bohashko O. L.
TRANSFORMATION OF THE ROLE AND TASKS OF FIXED ASSETS ACCOUNTING IN THE MODERN ENVIRONMENT 302
Porfirenko V.I., Fandikova R.O.
LOGISTICS IN THE CONDITIONS OF WAR 304
Gudkova N., Solorov N.
STRATEGIC PLANNING FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT IN WARTIME CONDITIONS 306
Gudkova N., Vysotska E.
FORMATION OF A SYSTEM FOR MANAGING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY 309
Mokliak Alina, Olena Palyvoda
EFFECTIVE COMMUNICATION IN MANAGEMENT: THE ROLE OF INTERACTION IN TEAM SUCCESS 312
Olesnevych Oleksandr
EFFECTS OF UNIVERSITIES TRANSFORMATION INTO ENTREPRENEURIAL 313
Posasheva D. V., Tanklevska N. S.
CRISIS MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE POST-WAR PERIOD 315
Абрамченко Д.О., Пуліна Т.В.
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ 317
Андренко І. Б., Лук'янчук А.І.
ЦИФРОВІ ДЕТОКСИКАЦІЙНІ ПОДОРОЖІ ТА ЇХ ВАЖЛИВІСТЬ 319
Антуф'єв Т.В., Попадюк А.Л.
СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНОКУ УКРАЇНИ 322
Барвінок Н. В.
РОЛЬ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 324
Басюк Ю. В.
ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 327
Береза В. Р.
ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 330
Білокінь О. В.
РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 332
Більо І.О.
ІННОВАЦІЙНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ПЕРЕВАГИ 334
Бондар-Підгурська О.В., Кропова М.В., Юхно В.Є.
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ 335
Букань Л.В., Омельченко А.І.
РОЛЬ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ 338
Бутко Н.В., Макаренко Т.В.
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 340

У висновку можна зазначити, що фондовий ринок України, незважаючи на значні проблеми, зокрема низьку ліквідність і обмежену кількість емітентів, продовжує відігравати важливу роль в економіці країни, забезпечуючи акумуляцію капіталу та сприяючи розвитку інвестиційної діяльності. Проте для ефективного функціонування ринку необхідно подолати ряд викликів, зокрема підвищити довіру інвесторів, стимулювати участь малого та середнього бізнесу, а також забезпечити більш швидке впровадження регуляторних змін і нових технологій. Лише за умови комплексного підходу до розвитку ринку фондовий ринок України може стати важливим інструментом для економічного зростання та залучення міжнародних інвестицій.

1. Закон України “Про цінні папери та фондовий ринок” від 16.11.2017 № 2210-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15
2. Барановський О. І. Регулювання фондового ринку: зарубіжний досвід та уроки для України. Київ : Ін-т екон. дослідж., 2016. 102 с.
3. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України. Річний звіт за 2020 рік. URL: https://www.nssmc.gov.ua/annual-reports/
4. Романович В. ФОНДОВИЙ РИНОК, СТАН І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ. Чернівці, 2024. URL: https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10356/Романович%20В..pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Барвінок Н. В.
доктор філософії, викладач кафедри технологій
та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, Україна

РОЛЬ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного конкурентного ринку туристичні підприємства потребують ефективного управління маркетингом. Для цього необхідним є систематичний контроль результативності їхньої маркетингової діяльності, оскільки дозволяє своєчасно виявляти та коригувати недоліки, що можуть негативно вплинути на результати управління маркетингом. Своєчасний контроль забезпечує адаптацію до змін у зовнішньому середовищі, допомагаючи підприємству залишатися конкурентоспроможним і досягати поставлених цілей.

У цьому процесі важливу роль відіграють ключові показники ефективності (KPI), адже дозволяють підприємствам об’єктивно оцінити досягнення стратегічних і тактичних цілей. Правильно визначені та виміряні KPI можуть надати повну картину того, наскільки ефективно підприємство залучає та утримує клієнтів, адаптується до змін ринку і впроваджує маркетингові ініціативи.

Для моніторингу результатів управління маркетингом важливим є не лише визначення KPI маркетингової діяльності, але і система вимірювання успіху маркетингової діяльності туристичного підприємства, регулярний аналіз результатів та вчасне внесення коректив у маркетингову стратегію відповідно до отриманих результатів.

Для туристичного підприємства серед KPI маркетингової діяльності та системи вимірювання успіху маркетингової діяльності варто виділити наступні основні: кількість проданих турів, середня вартість замовлень та обсяги продажів, кількість індивідуальних та групових турів, конверсія веб-сайту, лояльність споживачів (повторні покупки), задоволеність споживачів, взаємодія у соціальних мережах, кількість учасників віртуальних турів, оперативні показники, повернення інвестицій, географічний розподіл споживачів (табл. 1).

Таблиця 1. Ключові показники ефективності маркетингової діяльності туристичного підприємства

Ключові показники ефективності	Вимірювання
Кількість проданих турів	Звіти за певний період (місячні, квартальні, річні), які відображають кількість реалізованих турів чи укладених контрактів.
Середня вартість замовлень та обсяги продажів	Аналіз фінансових звітів, які відображають прибуток за певні періоди (місяць, квартал, рік).
Кількість індивідуальних та групових турів	Аналіз розподілу між індивідуальними та груповими турами, а також кількості бронювань.
Конверсія веб-сайту	Аналіз аналітики веб-сайту для визначення відсотка відвідувачів веб-сайту, які здійснюють бронювання, конверсій та оптимізації.
Лояльність споживачів (повторні покупки)	Дослідження історії бронювань, кількості повторюваних бронювань, рівня лояльності споживачів та розробка відповідних програм лояльності.
Задоволеність споживачів	Визначення рівня задоволеності споживачів, збирання та аналіз їх відгуків та оцінки, проведення опитувань з метою визначення рівня задоволеності, вимірювання NPS (Net Promoter Score) (рівня задоволеності споживачів та їхньої готовності рекомендувати туристичний продукт іншим).
Взаємодія у соціальних мережах	Аналіз аналітики соціальних мереж, вимірювання популярності та взаємодії (кількості фоловерів, лайків, коментарів та зворотного зв'язку)
Кількість учасників віртуальних турів	Моніторинг кількості учасників, які відвідали віртуальні тури та скористалися розширеною реальністю.
Оперативні показники	Аналіз звітів та спостереження за процесами обслуговування споживачів (терміни обробки бронювань, час очікування споживачів, якість обслуговування тощо).
Повернення інвестицій (ROI)	Аналіз ефективності витрат на маркетинг (вартості приведення споживача, прибутку від клієнта та рентабельності інвестицій (ROI).
Географічний розподіл споживачів	Аналіз джерел походження та географічного розподілу споживачів, інформації про місця реєстрації та бронювань, що визначає найвигідніші ринки.

Джерело: створено автором на основі [1; 3].

Вимірювання ключових показників ефективності, їх регулярна аналітика, а на основі цього прийняття рішень про зміни або корегування маркетингової стратегії може значно покращити результативність управлінських рішень, адаптувати підприємство до змін у зовнішньому маркетинговому середовищі, допомогти досягти успіху. Для цього показники ефективності мають відповідати таким вимогам як конкретність, вимірюваність, досяжність релевантність та часове обмеження [3].

Аналіз результатів дослідження ключових показників ефективності маркетингової діяльності та на основі них внесення коректив у маркетингову стратегію туристичного підприємства є одним з основних етапів у забезпеченні адаптації підприємства до зовнішнього маркетингового середовища. Для правильного аналізу та внесення коректив у маркетингову стратегію визначимо основні кроки, які потрібно здійснити в сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій (рис. 1)

На нашу думку саме така послідовність дій під час аналізу результатів управління маркетингом дозволить детально їх дослідити та вчасно внести корективи у маркетингову стратегію з метою адаптації туристичного підприємства до змін у зовнішньому маркетинговому середовищі. Це в свою чергу дозволить підприємству регулярно підвищувати ефективність управління маркетингом та забезпечити підвищення конкурентоспроможності, успішності та розвитку туристичного підприємства.

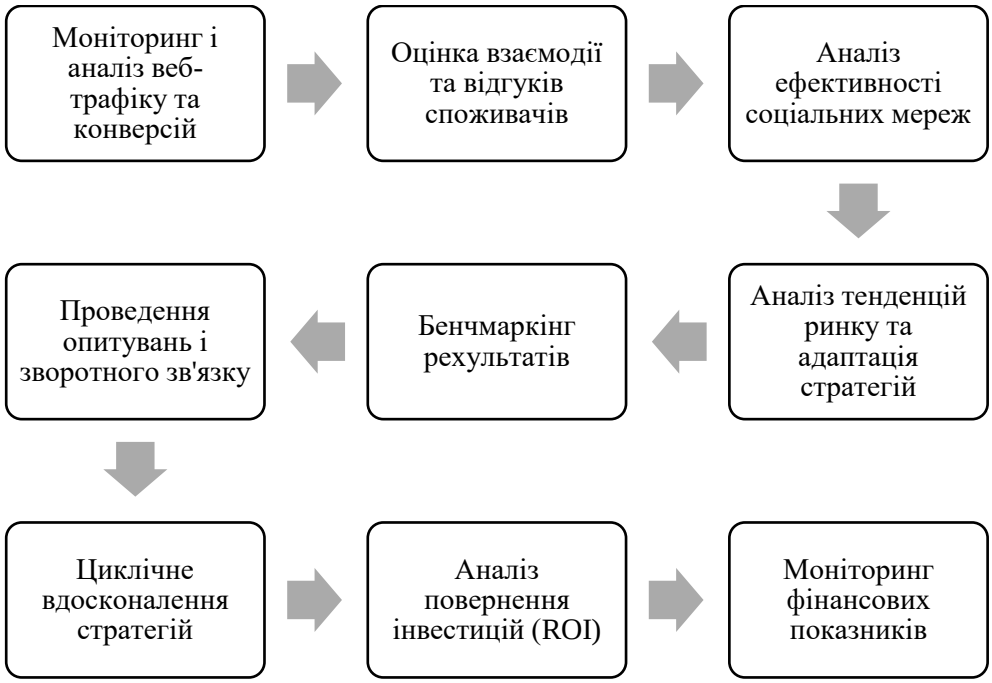


Рис. 1. Послідовність дій під час аналізу результатів управління маркетингом
Джерело: створено автором на основі [2]

Отже, систематичний контроль та аналіз ключових показників ефективності (KPI) маркетингової діяльності є дуже важливим для ефективного управління туристичним підприємством. Чітко визначені KPI, які регулярно відстежуються, дозволяють своєчасно реагувати на зміни у зовнішньому маркетинговому середовищі. Це може допомогти туристичним підприємствам залишатися конкурентоспроможним та підвищувати якість обслуговування. Досягнення стратегічних цілей, збільшення задоволеності клієнтів та підвищення загальної ефективність діяльності, що в умовах зростаючої конкуренції є вирішальним фактором для успіху та розвитку необхідним є саме постійне вдосконалення маркетингової стратегії на основі об’єктивних даних, отриманих під час контролю маркетингової діяльності.

1. Бубенець І. Г., Сломінцев Д. М. Сучасні аспекти цифрового маркетингу: основні показники ефективності. *Бізнес Інформ*. 2022. С. 271-276. URL: https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/20411
2. Проскурніна Н. В. Концептуальний підхід до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств роздрібної торгівлі. *Системне забезпечення економічної активності та сталого розвитку суб’єктів підприємницької діяльності*: колективна монографія / за заг. ред.: Н.Б. Кащеної, Т.О. Ставерської; Харківський держ. ун-т харч. та торгівлі. Харків: ФОП Іванченко І. С., 2020. С. 39-54. URL: http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24951
3. Стренковська А. Ю., Панченко М. О. Аналіз методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Маркетинг і цифрові технології.* 2023. № 7(1). С. 149-157. URL: https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/296