МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ



Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку

VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

з нагоди 95-річчя КНУБА

Тези доповідей

10 квітня 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
Кафедра економічної теорії, обліку та оподаткування

VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку

з нагоди 95-річчя КНУБА

Тези доповідей

10 квітня 2025 року

м. Київ
2025

УДК 339.138.631.11
М75

Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено

М75 Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 10 квітня 2025 року) : тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ : КНУБА, 2025. 768 с.

У збірнику опубліковано матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Наведено результати досліджень з проблем розвитку економіки та підприємництва в Україні зі шляхами їх вирішення; викликів, можливостей та інновацій у маркетингу і менеджменті у підприємництві; особливостей бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту підприємницьких структур; стану і напрямів розвитку сучасної торгівлі і логістики; стану управління якістю та безпечністю товарів та послуг; розробки маркетингових стратегій в умовах цифрової трансформації; характеристиці сучасних будівельних матеріалів і виробів на ринку України; формуванні професійних компетентностей у здобувачів вищої та фахової передвищої освіти за спеціальностями галузі знань «D Бізнес, адміністрування та право» на сучасному етапі.

Відповідальний за випуск: Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор

Матеріали друкуються в авторській редакції. Втручання в обсяг та структуру матеріалів максимально зменшено

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ КОМІТЕТ

Дніпров О. С. – д-р юрид. наук, професор, ректор КНУБА (м. Київ) – *голова міжнародного наукового комітету;*
Куліков П. М. – *д-р екон. наук, професор, голова Вченої ради КНУБА (м. Київ) – співголова*;
Гоц В. І. – д-р техн. наук, професор, декан будівельно-технологічного факультету КНУБА (м. Київ) – *співголова;*
Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА, віце-президент Академії будівництва України (м. Київ) – *співголова*;
Лич В. М. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА (м. Київ) – *співголова*;
Притульська Н. В. – д-р техн. наук, професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Державного торговельно-економічного університету (м. Київ);
Гринько Т. В. – д-р екон. наук, професор, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (м. Дніпро);
Дубас Р. Г. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (м. Київ);
Лозова Т. М. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету (м. Львів);
Павлова В. А. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро);
Бондар-Підгурська О. В. – д-р екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту Полтавського університету економіки і торгівлі (м. Полтава);
Омельченко Н. В. канд. техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства, торговельного підприємництва та експертизи товарів Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (м. Полтава);
Глєбова А. О. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і логістики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (м. Полтава);
Stoykova Temenuga PhD, Associate Professor, доцент товарознавства, Економічний університет; судовий експерт з товарознавства та економічної експертизи (м. Варна, Болгарія);
Zvirgzdina Rosita – Dr.oec. (Econ), Professor, Head of Commerce Department Turiba University (Riga, Latvia);
Kuzior Aleksandra, dr hab., prof. PŚ**,** Vice-Dean for Cooperation and Development, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща);
Dźwigoł-Barosz Mariola, dr hab., prof. PŚ**,** Department of Management, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща).
Datsenko Ludmyla, B.Ed., MA – Adjunct Professor Vanier College Continuing Education (Montreal, Quebec, Canada), Marketing Manager Desjardins (Canada);
Ляліна Н. П. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Дименко Р. А. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Березовський Ю. В. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Згалат-Лозинська Л. О. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА (м. Київ).

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова: ***Юдічева О. П.*** – канд. техн. наук, доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ)
Відповідальний секретар організаційного комітету:
Хлапоніна С. І. – асистент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ)
Члени організаційного комітету:
Самойленко А. А. – канд. техн. наук, доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Алавердян Л. М. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Даценко Б. М. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Лазаренко В. І. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Максютенко І. Є. - канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Огороднік І. В. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Романенко О. В. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Шеремет М. М. – регіональний директор ТОВ «Епіцентр» (м. Київ);
Куницький М. В. – директор ТЦ «Епіцентр К 7» (м. Київ);
Паламарчук О. К. – комерційний директор ТЦ «Епіцентр» (м. Боярка);

FEATURES OF WEDDING CEREMONY COMPANIES`SERVICES MARKETING **Yuliia Ovcharenko,** Scientific supervisor: **Olha Polous**	290
БРЕНДИНГ І ЙОГО ВПЛИВ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ **Ірина Максютенко, Ганна Ткаченко**	293
УПРАВЛІННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯМ ТОВАРУ, ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ, КОМПАНІЇ **Ірина Максютенко, Анастасія Гутник**	296
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК КЛЮЧ ДО УСПІХУ **Людмила Кутідзе, Анастасія Нефьодова**	299
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» **Уляна Шоломницька, Ірина Максютенко**	303
АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРІВ КОМПАНІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» **Михайло Кривуца, Ірина Максютенко**	307
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ **Роман Чубов**	309
ДИСТАНЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ **Олександр Богашко**, **Ірина Богашко**	313
ІННОВАЦІЙНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ **Ніна Петруха, Максим Дерев'янко**	317
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЕТИКА В МАРКЕТИНГУ **Ірина Максютенко, Ольга Блозовська**	321
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТИВНОСТІ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ **Роман Сліпченко**	323
КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ **Христина Чуприна, Дар'я Калініна**	326
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЕВЕЛОПМЕНТУ **Ніна Петруха, Юлія Спринь**	329
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМИ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИМИ ПРОЕКТАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА ТА ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ-СТЕЙКХОЛДЕРІВ **Цзін Цянь**	334
ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ **Ірина Максютенко, Данііл Кірюшин**	337
ВИКЛИКИ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ **Юрій Карпенко, Денис Супрун**	339
РОЛЬ ЕТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ **Людмила Климова, Антон Копилець**	342
ЗЕЛЕНИЙ МАРКЕТИНГ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ **Наталія Осадча**	344
ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ: ЯК УКРАЇНСЬКІ БРЕНДИ ЗАЛУЧАЮТЬ ТА УТРИМУЮТЬ КЛІЄНТІВ	348

організувати належну підтримку та забезпечити ефективну комунікацію в межах компанії.

Таким чином, стратегічний підхід у кризових умовах повинен бути не лише чітким та грамотно розробленим, але й адаптивним, що дає змогу швидко реагувати на змінні обставини та зовнішні шоки. Важливим аспектом є також постійний моніторинг та оцінка результатів, що дозволяє коригувати стратегію за потреби.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Організація роботи з персоналом – філософія сучасного підприємства. *Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (28 квітня 2018 р.). Кривий Ріг : Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2018. С. 246–248. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/handle/6789/8699

2. Богашко О. Л. Стратегічне планування в системі управління державою і виробництвом. *Економіка України: проблеми економічного розвитку* : колективна монографія / За ред. В. Ф. Бесєдіна, А. С. Музиченка. К.: НДЕІ, 2007. С. 83–86.

3. Космідайло І. В. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управління державними підприємствами. *Інвестиції: практика та досвід.* 2012. Вип. 13. С. 44–47. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2012/13.pdf

УДК 658.5

ДИСТАНЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Олександр Богашко,
канд. екон. наук, доцент кафедри
маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань,
Ірина Богашко,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Англійська мова і зарубіжна література та друга мова», спеціальність 035 «Філологія»
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ

У сучасних умовах глобалізації та швидкого розвитку технологій, що призводять до прискорення темпів бізнес-процесів, керівникам підприємств необхідно оволодіти новими навичками дистанційного управління. Це важлива складова для досягнення ефективності у вирішенні стратегічних завдань і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Особливо це стосується власників корпорацій та керівників, які часто перебувають у відрядженнях. У

таких умовах вони стикаються з викликами, пов’язаними з необхідністю керувати підприємством на відстані.

Невизначеність, спричинена постійними міжнародними відрядженнями, тимчасовими змінами в часових поясах або перебуванням у польоті, негативно впливає на ефективність традиційних комунікаційних каналів і процесів контролю на підприємстві. Особливо ці проблеми стають очевидними при міжнародних відрядженнях, коли важко забезпечити постійну взаємодію з персоналом та здійснювати контроль над діяльністю компанії.

В Україні, з огляду на специфіку національного бізнес-середовища, питання організації дистанційного менеджменту набуває особливого значення. Серед основних бар’єрів на шляху його впровадження можна виокремити: відсутність довіри до персоналу, упереджене ставлення до ефективності дистанційного управління, а також внутрішній опір новим підходам до ведення бізнесу. Деякі підприємці вважають, що традиційні методи управління є достатньо ефективними і не потребують змін, особливо в контексті дистанційного управління. Це переконання не завжди є обґрунтованим і може призвести до зниження загальної ефективності діяльності підприємства та зменшення прибутковості [1].

Тим не менш, дистанційне управління є важливим інструментом для досягнення високих результатів і підтримки стабільності на підприємстві. Воно вимагає від керівників не тільки технічних навичок, а й розвитку когнітивних здібностей для ефективного контролю, управління ризиками та прийняття рішень на відстані. Це необхідно сприймати як нову бізнес-парадигму, яка дозволяє адаптуватися до змінного середовища та швидко реагувати на різноманітні виклики.

Ураховуючи швидкі зміни в бізнес-середовищі та зростаючу конкуренцію, організація ефективного процесу дистанційного менеджменту стає критично важливою для забезпечення успіху на ринку. Важливо не лише володіти технологіями для дистанційної комунікації та управління, але й розвивати нові стратегії та підходи до інтеграції цих інструментів у корпоративну культуру підприємства. Тільки тоді підприємства зможуть максимально ефективно функціонувати, незалежно від того, де знаходиться керівник чи інші ключові особи в організації.

Поняття «дистанційний менеджмент» та «організація процесу дистанційного управління підприємством» наразі не мають загальноприйнятого визначення в економічній практиці. Водночас існують терміни, схожі за змістом, але вони зосереджуються на окремих аспектах управління підприємством, не охоплюючи повну картину організації праці на підприємстві в умовах дистанційного керування.

Термін «організація процесу дистанційного управління підприємством» безпосередньо пов’язаний з системою управління підприємством та управління виробничими процесами. Однак, незважаючи на популярність досліджень з цих тем, в останніх публікаціях і наукових роботах досі спостерігається значна невизначеність щодо чіткої і всебічної характеристики цього поняття. Термін

«дистанційне управління підприємством» частіше описується лише через призму окремих бізнес-процесів, що, зокрема, може включати віддалене управління персоналом або координацію конкретних завдань [2].

Відсутність чіткого механізму та універсальної концепції дистанційного управління підприємством на загальній основі свідчить про необхідність подальшої розробки цього поняття. Такі обмеження можуть призводити до неправильної інтерпретації цього виду управління, що в свою чергу ускладнює інтеграцію новітніх управлінських підходів у традиційні моделі бізнесу.

Дистанційне управління підприємством вимагає нових механізмів та технологій, здатних забезпечити ефективну організацію діяльності, незалежно від місцезнаходження керівника або ключових співробітників. Одночасно важливою є розробка цілісних стратегій, які б поєднували технологічні інструменти з культурними та організаційними аспектами роботи підприємства. Таким чином, термін «дистанційне управління підприємством» потребує подальшого вивчення та адаптації до сучасних економічних і технологічних реалій.

Дистанційне управління підприємством є управлінською практикою, що дозволяє здійснювати керівництво матеріальними та людськими ресурсами підприємства за допомогою спеціальних методів, інструментів і технологій. Воно передбачає ефективну координацію співробітників і бізнес-процесів для досягнення поставлених цілей – як короткострокових, так і довгострокових. Це може включати покращення ефективності виробництва, оптимізацію бізнес-процесів, збільшення прибутку, підвищення якості обслуговування клієнтів та інші цілі, які сприяють розвитку підприємства. Важливою характеристикою дистанційного управління є його здатність забезпечувати контроль і коригування дій співробітників, незалежно від географічного розташування керівництва [1; 2].

Організація процесу дистанційного управління підприємством є комплексом заходів, спрямованих на ефективну реалізацію основних функцій управління працею – таких як планування, організація, мотивація та моніторинг – у випадку фізичної відсутності керівництва на підприємстві. Це передбачає розробку системи, що дозволяє здійснювати керівництво за допомогою технологій і комунікаційних платформ, а також ефективно інтегрувати процеси, необхідні для стабільної роботи організації.

Сучасний розвиток технологій, зокрема в області інформаційних та комунікаційних технологій, відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного дистанційного управління підприємством. Прогрес у сфері електроніки, інтернет-зв’язку, а також розвитку різноманітних автоматизованих систем, робить можливим здійснення керівництва підприємством навіть на великих відстанях. Це дозволяє менеджерам перебувати в постійному контакті з підлеглими та своєчасно реагувати на зміни у бізнес-середовищі, контролюючи процеси в реальному часі, навіть перебуваючи за межами фізичного офісу.

Технології дистанційного управління допомагають значно зменшити залежність від фізичної присутності керівника на підприємстві. Це сприяє

швидшому прийняттю рішень, зменшенню витрат на транспортування та комунікацію, а також підвищенню ефективності процесів. В умовах глобалізації та постійних змін на ринку, вітчизняним підприємствам стає все важливіше застосовувати віддалене управління для забезпечення гнучкості і своєчасної реакції на будь-які кризові ситуації, зокрема у випадку пандемій або економічних криз.

Загалом, розвиток і впровадження дистанційного управління стає необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, сприяє його адаптації до нових реалій ринку та підвищує гнучкість організаційних процесів. Тому підприємства, що хочуть залишатися ефективними в умовах швидких змін, повинні активно впроваджувати ці технології та адаптувати свої бізнес-процеси до можливостей дистанційного управління.

Формування та ефективна реалізація процесу дистанційного менеджменту на підприємстві мають вирішальне значення з кількох ключових причин [2]:

Взаємозв'язок між ефективністю організації дистанційного управління та результативністю підприємства. Ефективне управління на відстані безпосередньо впливає на загальні результати діяльності організації. Завдяки віддаленому керівництву можна досягти високих показників продуктивності колективу, а також забезпечити досягнення аналогічних або навіть кращих результатів, ніж при безпосередньому контролі на місці. Це особливо важливо в умовах швидких змін на ринку та зовнішніх викликів, таких як економічні кризи чи пандемії.

Інтуїтивний підхід до дистанційного контролю неефективний без методологічної основи. Без системного підходу до організації процесу дистанційного управління існує високий ризик помилок та недооцінки важливих аспектів, які можуть вплинути на продуктивність. Використання сучасних технологій, таких як спеціалізовані програми для управління проектами, автоматизація моніторингу та інтеграція цифрових інструментів у робочі процеси стають критично важливими для забезпечення надійного дистанційного управління.

Перетворення колективу та ресурсів за допомогою ефективного дистанційного управління. Якісно організований процес дистанційного менеджменту дозволяє не тільки оптимізувати використання людських і матеріальних ресурсів, а й змінити підхід до управління командою. Це дозволяє більш ефективно реалізовувати стратегічні цілі підприємства, зменшувати втрати і зосереджувати зусилля керівників на важливіших, довгострокових завданнях.

Отже, потреба у впровадженні ефективного дистанційного менеджменту на вітчизняних підприємствах недооцінена, в той час як на міжнародному рівні ця практика набуває все більшої популярності. В умовах глобалізації і розвитку цифрових технологій ефективне використання часу керівників і співробітників, навіть при відсутності фізичної присутності, дозволяє досягати високих

результатів. Подальші дослідження повинні зосереджуватись на вивченні можливостей підвищення результативності через більш гнучке використання наявних ринкових можливостей і технологічних нововведень. Важливою перспективою є також розробка системи тренінгів для менеджерів та персоналу, які будуть допомагати адаптувати їх до нових умов дистанційного управління та забезпечувати високу ефективність командної роботи в умовах віддаленого управління.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Організація роботи з персоналом – філософія сучасного підприємства. *Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (28 квітня 2018 р.). Кривий Ріг : Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2018. С. 246–248. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/handle/6789/8699

2. Ковшова І. О., Ілько Л. М. Організація дистанційного менеджменту на підприємстві. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. Вип. 2 (20). С. 21–27. URL: http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/1501

УДК 691.7:339.13.017

ІННОВАЦІЙНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Ніна Петруха,
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту в будівництві, доцент,
Максим Дерев'янко,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Менеджмент організацій і адміністрування», спеціальність073 «Менеджмент»
Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Сучасне бізнес-середовище характеризується швидкими змінами, високою конкуренцією та постійною необхідністю адаптації до нових ринкових умов. У таких умовах роль інноваційних управлінських підходів набуває особливого значення, адже вони сприяють не лише оптимізації внутрішніх процесів, але й формуванню стимулюючої системи мотивації персоналу. Ефективна система мотивації є запорукою успіху підприємства, оскільки вона дозволяє забезпечити високий рівень залученості, продуктивності та задоволеності працівників, що, у свою чергу, позитивно впливає на загальну конкурентоспроможність організації.

Нинішня економічна і політична нестабільність, викликана світовими кризами, зокрема війною, суттєво впливає на стимулювання та продуктивність співробітників. Зовнішні обставини, зокрема економічні коливання, формують безперервні виклики для організацій, примушуючи їх оперативно пристосовуватися до нових умов. Наприклад, в умовах геополітичної напруги

VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Тези доповідей