



II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

**ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ
ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВИХ І
РЕГІОНАЛЬНИХ СУСПІЛЬНИХ СИСТЕМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

28-29 квітня 2020 року

**м. Івано-Франківськ
2020**

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Івано-Франківська обласна рада,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»
Класичний приватний університет
Миколаївський національний аграрний університет

**II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ
«ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ
СУСПІЛЬНИХ СИСТЕМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ»**



28-29 квітня 2020 року



**Івано-Франківськ
2020**

УДК 351.82:338.24:332.12:33.012

Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах: 2020 рік: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 28- 29 квітня 2020 р. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. – 269 с.

Матеріали конференції спрямовані на науковий пошук, узагальнення та розроблення рекомендацій щодо можливих шляхів вирішення основних проблем сучасних управлінських технологій в умовах трансформації соціально-економічних відносин. Носять як практичний, так і теоретичний характер та можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників підприємств і організацій, працівників органів державного управління, викладачів закладів вищої освіти, слухачів, докторантів, аспірантів.

Головний редактор: **Сімків Л. Є.** д.е.н., доцент, завідувач кафедри теорії економіки та управління Івано- Франківського національного технічного університету нафти і газу

Редакційна колегія:

Гораль Ліліана Тарасівна, д.е.н., проф., проректор з науково-педагогічної роботи Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Дзьоба Олег Григорович, д.е.н., проф., директор Інституту економіки та менеджменту Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Андрусів Уляна Ярославівна, к.е.н., доцент кафедри теорії економіки та управління Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Бережницька Уляна Богданівна, к.е.н., доцент завідувач кафедри прикладної економіки Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Вишневська Ольга Миколаївна, д.е.н., професор, декан обліково-фінансового факультету Миколаївського національного аграрного університету

Гальцова Ольга Леонідівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету

Демчук Наталія Іванівна, д.е.н., професор кафедри фінансів та банківської справи Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Довгаль Олена Валеріївна, д.е.н., доцент кафедри економічної теорії і суспільних наук Миколаївського національного аграрного університету

Перезовова Ірина Володимирівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва і маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Полянська Алла Степанівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Попадинець Ірина Романівна, к.е.н., доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

Потриваєва Наталя Володимирівна, д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування Миколаївського національного аграрного університету

Черчата Анжела Олексіївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, управління проектами і логістики ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Шульц Світлана Леонідівна, д.е.н., професор, завідувач відділу регіональної економічної політики ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»

Рецензенти:

Усатенко О. В. д.е.н., професор кафедри обліку і аудиту національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Тарасова Т. О. д.е.н., професор кафедри фінансів, аналізу та страхування Харківського державного університету харчування та торгівлі

Тексти матеріалів тез подані в авторській редакції. Відповідальність за точність, достовірність і зміст поданих матеріалів несуть автори.

2) обмеженість інформації, щодо різноманітності надання фінансових послуг, низький рівень фінансової обізнаності та незнання засадничих принципів функціонування фінансового ринку;

3) відсутність достатнього рівня доходів населення;

4) відсутність юридичної ідентичності – документів, що посвідчують особу і надають право відкривати рахунки. Це насамперед стосується економічних та політичних мігрантів, біженців.

Загалом слід зазначити, що підвищення рівня фінансової інклюзії можливе на основі формування ефективної системи захисту прав споживачів фінансових послуг, яка забезпечуватиме належну їх якість та доступність надання. Поряд з тим підвищення рівня фінансової інклюзії безпосередньо залежить від економічної стабільності в державі та зростання добробуту громадян, а отже і підвищення їх можливостей користуватися наданими фінансовими послугами. Саме тому підвищення рівня фінансової інклюзії в Україні має бути одним із стратегічних цілей стратегії її економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Cull, R., Ehrbeck, T., Holle, N. (2014). Financial Inclusion and Development: — Access Mode: <https://www.cgap.org/sites/default/files/FocusNote-Financial-Inclusion-and-Development-April-2014.pdf>
2. Financial Inclusion. — Access Mode: www.worldbank.org
3. Захист прав споживачів фінансових послуг: матеріали круглого столу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/

УДК: 159.9.07

ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК ЯК ОСНОВА КОМУНІКАЦІЇ МІЖ СПОЖИВАЧЕМ ТА ПІДПРИЄМСТВОМ

Попадинець І. Р., Сорока-Олексійко І.-М.

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

e-mail: iryua.popadynets@pnu.edu.ua

тел. 099-216-92- 84

Дослідження зворотного зв'язку підприємства з покупцями доцільно проводити на основі соціологічного дослідження на тему їхнього задоволення якістю продукції.

Опитування покупців у підприємства з продажу будівельних матеріалів здійснюється досить часто (орієнтовно – раз на три тижні) на основі анкетування. Для аналізу використано авторську анкету. Розроблена анкета містить наступні питання: склад споживачів цих товарів (за віком); поведінку

споживачів при покупці; фактори, що впливають на рішення про покупку.

Таке опитування проводиться для того, щоб отримати інформацію про знання, переконання і уподобання людей, про ступінь їх задоволеності тощо, а також для вимірів міцності свого становища в очах аудиторії.

Структура споживачів за віковими категоріями зображена на рис. 1.

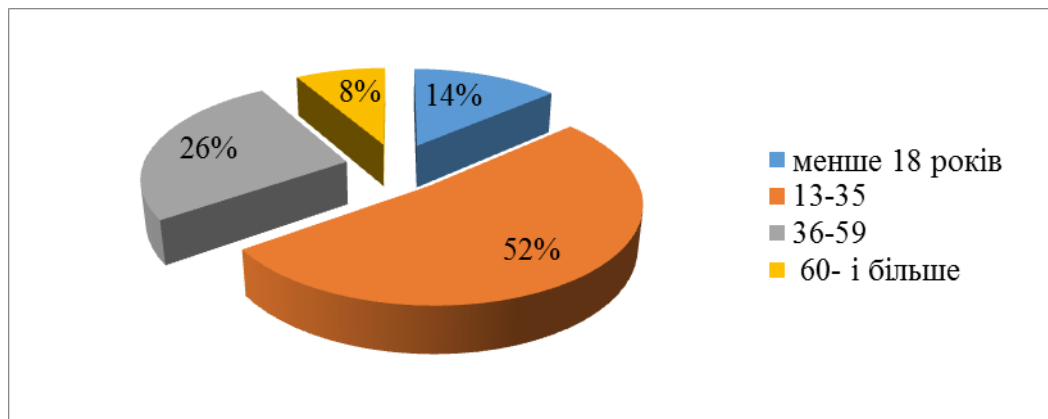


Рис. 1 Сегментація покупців за віковою ознакою підприємства з продажу будівельних матеріалів

За статевою та освітньою ознаками присутні покупці, відповідно: чоловіки і жінки з різним рівнем освіти. Також, дослідження показало, що будівельні матеріали купляють в основному в підприємства з продажу будівельних матеріалів, що позиціонує його як компанію з позитивним іміджем серед споживачів та серйозним конкурентом на ринку продажу будівельних матеріалів.

Анкетування дозволило визначити, які групи товарного асортименту користуються найбільшим попитом і представлено на рис. 2.



Рис. 2 Структуризація товарного асортименту підприємства з продажу будівельних матеріалів

Цікавим для аналізу є питання анкети «При купівлі товарів підприємства з продажу будівельних матеріалів на які характеристики ви звертаєте увагу?», результати представлено на рис. 3.

Важливим фактором є те, що покупці надають перевагу бюджетній продукції, оскільки ріст інфляції і складне фінансове становище спонукає

покупців купляти дешевшу продукцію. Тому, доцільно запанувати асортиментний ряд і за ціновим критерієм для залученням додаткового покупця.

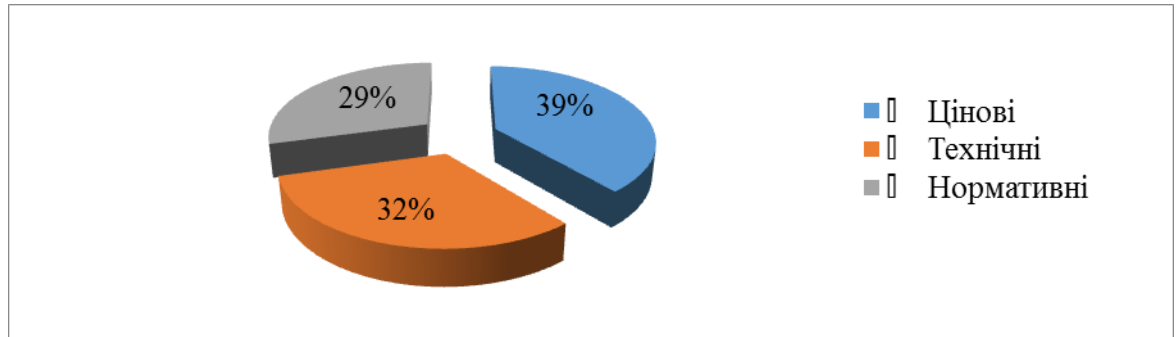


Рис. 3 Конкурентоспроможні параметри продукції підприємства з продажу будівельних матеріалів

Для формування кількості відвідувачів підприємства з продажу будівельних матеріалів в анкеті є питання «З ким ви відвідуєте підприємства з продажу будівельних матеріалів?». Результати представлено на рис. 4.

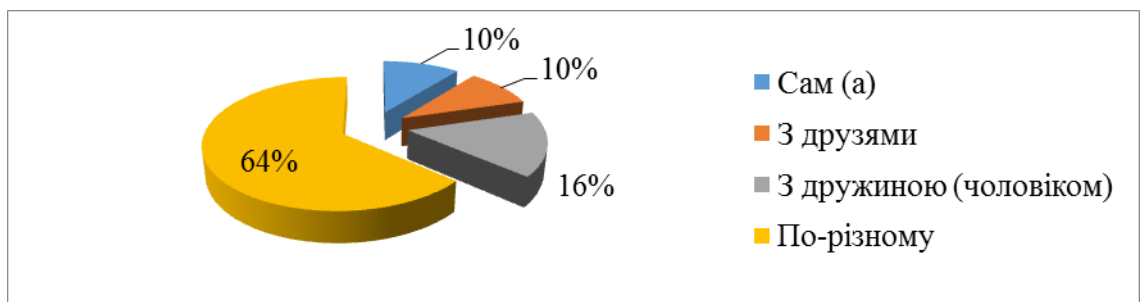


Рис. 4 «З ким Ви відвідуєте підприємства з продажу будівельних матеріалів?»

Отже, аналіз демонструє, що групи відвідувачів є неоднорідними, що дозволяє залучати покупців до здійснення покупок та формувати різні акційні пропозиції товарів.

Не менш вагомим питанням є: «Що може змусити Вас відмовитися від купівлі нашої продукції?» (рис. 5).

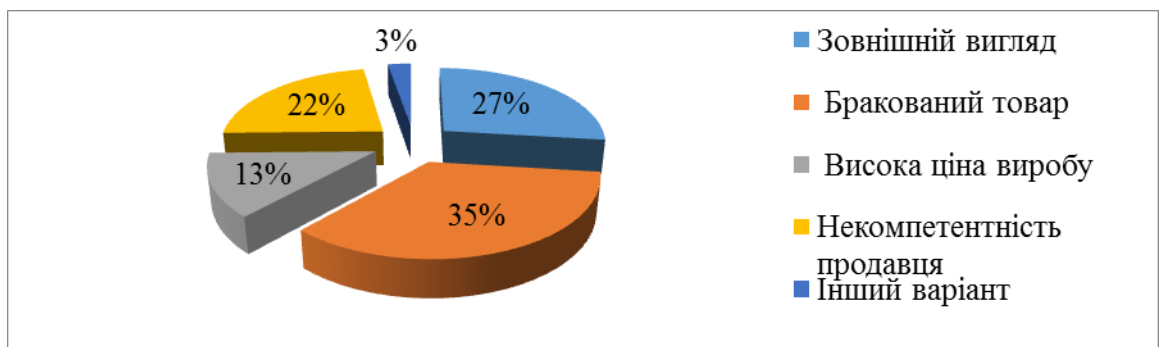


Рис. 5 «Що може змусити Вас відмовитися від купівлі нашої продукції?»

Як бачимо, всі фактори є актуальними для споживача: пріоритетним є наявність небракованої продукції, естетичний зовнішній вигляд, компетентність продавця, а саме людський фактор, ціна виробу має відповідати якості.

Отже, зворотній зв'язок зі споживачем показує, що споживач все-таки першочергово звертає увагу на ціновий фактор, але якщо йому попадеться бракований товар, то він швидше за все більше не куплятиме продукцію підприємства з продажу будівельних матеріалів і не радитиме її своїм знайомим.

Список використаних джерел:

1. Попадинець І.Р., Перезозова І. В., Перезозова Д.Д. Аналіз структури товарного асортименту будмаркету. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць*. Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2017. Вип. 16. С. 91-98.
2. Черчата А.О. Впровадження комплексного підходу щодо стратегії постачань на будівельному підприємстві. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського*. Донецьк, 2011. 3(51) 2011.- С. 170-174.
3. Черчата А.О. Організаційно-економічні аспекти використання логістичної концепції ЛІТ щодо оптимізації бізнес-процесів будівельного підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*, 2013. № 67. С. 187-192.
4. Cherchata A.O. Logistisation as a mean of effective business-processes management in the construction // *Wirtschaft und management: theorie und praxis: Collection of scientific articles. Vol. 1 - Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2014.- P. 416-421*
5. Popadynets, I., Andrusiv, U., Shtohryn, M & Galtsova, O. (2020). The effect of cooperation between universities and stakeholders: Evidence from Ukraine. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 199-212. doi: 10.5267/j.ijdns.2020.1.001.