

Міністерство освіти і науки України  
Полтавський державний аграрний університет  
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА  
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України  
ГО «Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку»  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
Сумський національний аграрний університет  
ТОВ «Науково-виробничий центр сертифікації,  
метрології та стандартизації»  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
Science and research institute of social and economic development (Чехія)  
Leibniz institute of agricultural development  
in transition economies (Німеччина)  
International centre for enterprise and sustainable development (Гана)  
ISMA University (Латвія)  
Administration of the universidad Carlos III de Madrid (Іспанія)  
School of marketing, UNSW business school UNSW Sydney (Австралія)  
Кооперативно-торговий університет Молдови  
Євразійський національний університет ім. Л. Н. Гумільова (Казахстан)

# Матеріали

**VI Міжнародної науково-практичної конференції  
«Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики»**

**19 травня 2022 р.**

*Полтава 2022*

УДК 005 «20»  
М 50

*Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. 1310 с.

У матеріалах конференції розглядаються загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти методології та практики сучасного менеджменту.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

*Редакційна колегія:*

**В.І. Аранчій**, к.е.н., професор, ректор Полтавського державного аграрного університету,

**О.А. Галич**, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

**Т.В. Воронько-Невіднича**, к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**М.В. Зось-Кіор**, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**Viktorii Riashchenko**, Dr.oec., Prof., Expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science, Riga, Latvia,

**Emmanuel Kwesi Boon**, Prof., Director of International Affairs International centre for Enterprise and Sustainable Development (ICED), Accra, Ghana,

**Vladimir Melnyk**, Dr., Associate Professor of Marketing Department of Business Administration University Carlos III of Madrid

**Д.В. Дячков**, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

**І.П. Потапюк**, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено

досвідченими, продавці цих товарів мають відповідним чином реагувати на зміну їх вимог. Отже, ефективне управління стимулюванням збутової діяльності та використанням допоміжних рекламних засобів сприятиме зростанню обсягів продаж, які доцільно розглядати під призмою знаходження домовленостей або договорів між покупцем і продавцем товарів.

**Список використаних джерел:**

1. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К.: ЦНЛ, 2005. – 416 с.
2. Багієв Г.Л. Основи організації маркетингової діяльності на підприємстві. – Л.: Обл. правл. ВНТОВЕ, 2010. – 298 с.
3. Власов Д.В. Генезис формування поняття “ринок” / Д.В. Власов // Економіка АПК. – 2009. - № 4. – С. 121 – 124.
4. Гаврилішин О.І. Основні елементи теорії ринкової системи. – К.: Наукова думка, 2008. – 276 с.
5. Крикавський Є, Чухрай Н. Промисловий маркетинг. –Л.: «Львівська політехніка», 2008. – 472 с
6. Котлер Ф. та ін. Основи маркетингу. - М.: Вільямс, 2007. - 276 с.
7. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2009. – 276 с.

O.S. Prystemskyi, doctor of economics, professor,  
A.Zh. Sakun, candidate of economic sciences, associate professor  
*Kherson State Agrarian and Economic University*

## **STAGES OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Every enterprise in one way or another in its economic activity is experiencing crises, economic and financial problems, which often lead to bankruptcy. The crisis may be due to lack of equity, which leads to an increase in debt, incompetence of management, the impact of adverse external factors. The enterprise management system involves a fundamental change in the functions of participants in business processes, mechanisms of their interaction, as well as the organization of material, financial, information and other flows [1].

It is a clear definition of the crisis management process that will not only identify crises in a timely and effective manner, minimize their negative consequences, but also prevent future crises. In order

to ensure effective counteraction to crisis phenomena, the process of anti-crisis management must be carried out in stages: 1st stage - the creation of a specialized working group (anti-crisis team); 2nd stage - diagnostics and assessment of crisis parameters; Stage 3 - determining the goals and objectives of crisis management, finding ways out of the crisis, determining the necessary resources, checking the possibility of achieving the goals; Stage 4 - assessment of resource potential and time constraints of crisis management; 5th stage - development of anti-crisis program; 6th stage - creation of the system of realization of the anti-crisis program of an exit of the enterprise from a crisis situation; Stage 7 - organization of the implementation of the anti-crisis program and control over its implementation; Stage 8 - analysis of the feasibility of further measures to bring the company out of crisis; Stage 9 - development of measures for forecasting and prevention of future crises [2].

As a tool in the process of crisis management in agricultural organizations uses the most radical way of transformation - the restructuring of agricultural enterprises. Restructuring in the agricultural sector means fundamental complex changes, which are based on the transformation of the business structure and mode of operation of the agricultural enterprise, covering almost all aspects of its activities, the ultimate goal of which is to increase efficiency and competitiveness, increase profitability. Restructuring, which involves the renewal of all areas of activity, is necessary for agricultural producers to adapt to new economic conditions.

Existing developments describing individual restructuring options based on the creation of a system of business units and based on the creation of small enterprises on the basis of large ones through the procedure of division and allocation are inefficient and require concentration at all stages of the restructuring process. As a practical tool to improve the efficiency of the transformation of the structure of the agricultural enterprise, carried out in the framework of strategic restructuring, developed a comprehensive technology that includes five elements and is a procedure for choosing a strategy, adapting structural parameters, planning and implementing structural changes in crisis management. agricultural enterprises.

Thus, the concept of crisis management is based on the fact that crucial to restore agricultural production to bring it to acceptable

levels in the modern economy of the world community are two components: agricultural policy and effective management in agricultural enterprises themselves.

The system of anti-crisis regulation includes the main directions of ensuring sustainable (crisis-free) development of agricultural enterprises, these are: the formation of diversified agricultural production; formation of effective agricultural policy (pricing, lending, antitrust policy, tax policy, insurance, etc.); protection of the interests of domestic producers; formation of human resources; development of science and implementation of scientific activity; development of the social sphere of the village; land reform; formation and functioning of the market of agricultural products, raw materials and food [3].

Thus, we can conclude that the intensification of bankruptcy processes in agriculture leads to a decrease in the provision of means of production of agricultural producers and the degradation of the industry. In this regard, there is an urgent need to prevent or overcome the insolvency of agricultural enterprises in the presence of such an opportunity. Therefore, it is necessary to carry out a deep and comprehensive diagnosis of crisis phenomena, assess their scale, identify opportunities to prevent the failure of enterprises through the implementation of transformations in the context of crisis management.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сакун А. Ж., Пантюк І.П. Системний підхід до організації та управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств промисловості. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 2 (38). С. 55–59
2. Трусова Н., Сакун А., Пристемський О. Реалізація перетворень в умовах антикризового управління аграрними підприємствами. Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions: collective monograph / Trusova N., Sakun A., Prystemskiy O.– etc. – International Science Group. – Boston: Primedia eLaunch, 2021. Pp. 236-243
3. Trusova Natalia, Tanklevska Natalia, Synchak Viktor, Prystemskiy Oleksandr, Tereshchenko Maksym. State Support of Agro-Insurance of Agricultural Risks in the Market of Goods Derivatives of Ukraine. Industrial Engineering & Management Systems Vol 19, No 1, March 2020, pp.93-102

<i>Г.В. Козаченко</i> ГОЛОВНІ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	943
<i>Г.М. Коптєва</i> ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ КІЛЬКІСНИХ І ЯКІСНИХ ЗМІН .....	946
<i>R. V. Levkina, Ya. N. Kotko, A. V. Levkin</i> THE SYSTEM OF METHODS FOR IDENTIFYING THREATS IN THE PROCESS OF MANAGING THE SECURITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES .....	949
<i>М.О. Лищенко</i> СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	952
<i>Н.О. Макаренко</i> ПРОЦЕС МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ І УПРАВЛІННІ ТЕРИТОРІАЛЬНИМ МАРКЕТИНГОМ .....	955
<i>S. A. Kravchenko, M. Yo. Malik, L. M. Malik</i> FUNCTION OF INTERACTIONS OF AGRICULTURAL BUSINESS ENTITIES IN THE SYSTEM OF ADAPTIVE MARKETING .....	958
<i>А.Ю. Моголова, З.П. Коренюк, П.І. Коренюк</i> УПРАВЛІННЯ СТИМУЛЮВАННЯМ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ДОПОМІЖНИХ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	960
<i>O. S. Prystemskyi, A. Zh. Sakun</i> STAGES OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES .....	963
<i>І.А. Романюк</i> КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СПОСІБ ПІДСИЛЕННЯ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ .....	966
<i>І.М. Сотнук, V. S. Popov, A. S. Martymianov</i> MECHANISMS FOR ENSURING COMPETITIVENESS OF RENEWABLE ENERGY TECHNOLOGIES AT ENTERPRISES ..	967
<i>О.М. Таран-Лала, М.З. Сафаров</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	970
<i>О.О. Томілін, К.В. Рубанська</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	973
<i>І.В. Федулова, В.В. Ганушевич</i> ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ	