



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

# МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної  
науково-практичної конференції

**«МЕНЕДЖМЕНТ ХХІ СТОЛІТТЯ:  
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ»**

19 травня 2022 року

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

зниження вартості обладнання.

Зокрема, дедалі популярнішими стають так звані cogenerate PPA або прямі договори поставки електричної енергії. За умовами такої поставки, виробник "зеленої" електроенергії може продати її напряму споживачу за двостороннім договором купівлі-продажу. Для такої поставки можуть бути використані логістичні принципи менеджменту електричної мережі операторів системи передавання або так звана пряма лінія від електростанції до об'єкта споживача.

Отже аграрний менеджмент енергоресурсів як і кожен сектор «зеленої» енергетики виконує свою роль в даній системі, і все взаємопов'язано. "Зелені" потужності, на відміну від інших джерел енергії, цілком відповідають філософії глобального енергетичного переходу, який неминуче відбудеться в Україні, що є частиною демократичного світу.

#### Список використаних джерел:

1 Зелена енергетика: як бізнес стає екологічним. Електронний ресурс: / код доступу <https://www.epravda.com.ua/projects/ekonomika-bez-vykydiv/2021/05/17/673870/>

2. ЗЕЛЕНА ЕНЕРГЕТИКА В УКРАЇНІ НА МЕЖІ БАНКРУТСТВА. ЩО ДАЛІ ? електронний ресурс/ код доступу//: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/10/685513/>

3. Агрофотовольтаїка: напівпрозорі сонячні панелі вкрили плантації малини у Нідерландах.: /Електронний ресурс: код доступу // [https://glavcom.ua/new\\_energy/news/agrofotovoltajika-napivprozori-sonyachni-paneli-vkrili-plantaciji-malini-u-niderlandah-670427.html](https://glavcom.ua/new_energy/news/agrofotovoltajika-napivprozori-sonyachni-paneli-vkrili-plantaciji-malini-u-niderlandah-670427.html)

С.В. Плетос, ст. викладач,  
Н.В. Гречанюк, здобувач вищої освіти  
*Одеський державний екологічний університет*

## **РЕКРЕАЦІЙНЕ РИБАЛЬСТВО В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ІНТЕНСИФІКАЦІЇ «ЗЕЛЕНОГО» ТУРИЗМУ**

Із кожним роком у світі зростає популярність «зеленого» туризму, в'їзного риболовного туризму, рекреаційного рибальства, водних видів відпочинку. Любительське рибальство – потужний фактор впливу на природне середовище та водні біоресурси, значний чинник фізичного оздоровлення мільйонів людей. Тому наукові дослідження у сфері рекреації надзвичайно

важливі. Любительське рибальство серйозно вивчають у Європі та Україні зокрема вже кілька десятиліть.

У більшості розвинених країн рекреаційне рибальство та рибальський туризм є надрентабельними галузями у сфері туристичних і розважальних послуг. Серйозна наукова еколого-економічна оцінка риболовлі в Україні, вивчення соціальних аспектів рибальства, пошук конкретних рекомендацій щодо організації та керування рекреаційним рибальством зараз є нагально необхідними. А керований і спрямований його розвиток спільно з розвитком «зеленого» туризму, у тому числі іноземного, може стати фактором економічного становлення України та зміцнення позицій держави на міжнародній арені.

В Україні налічується понад 220 видів риб, із них прісноводних – близько 70. Об'єктами аматорського та спортивного рибальства є близько 83 видів. Для проведення аналізу в даній роботі обрано 41 вид прісноводних риб України (*Abramis brama*, *A. ballerus*, *A. sapa*, *Alosa pontica*, *Ameiurus nebulosus*, *Anguilla anguilla*, *Aspius aspius*, *Barbatula barbatula*, *Blicca bjoerkna*, *Carassius carassius*, *C. gibelio (auratus)*, *Chondrostoma nasus*, *Squalius cephalus*, *Tinca tinca*, *Vimba vimba*). Із них об'єктами аматорського рибальства є 25 видів.

Рекреаційне рибальство в Європі та Україні – надзвичайно популярний спосіб активного відпочинку. В Україні нараховується близько 10 млн. рибалок-аматорів і спортсменів (понад 22 % населення). В Європі рибальством займається від 1,6 % (Польща) до 32,2 % (Норвегія) населення. Об'єктом рибальського інтересу в континентальних водоймах Європи є в середньому 17 (від 4 видів – Ісландія до 21 виду – Сербія, Словаччина, Росія) видів прісноводних риб, в Україні – 25 видів (в Дніпропетровській області – 22 види).

Матеріал даного дослідження – іхтіологічні відбори та спостереження, виконані у 2010–2012 гг. на Дніпровському, Дніпродзержинському та Каховському водосховищах, їх притоках (рр. Самара, Оріль, Базавлук, Кільчень, Ворскла, Вовча), малих водоймах регіону. У роботі також використано дані НДІ біології ДНУ ім. Олесья Гончара за 2000–2012 рр. Проаналізовано улови рибалок-аматорів Придніпров'я, проведене опрацювання результатів 11 Всеукраїнських та

регіональних змагань зі спортивного рибальства, оцінено статистичні дані різних рибальських організацій та асоціацій України та Європи. Досліджено 230 екземплярів статевозрілих риб (Euteleostei) 14 видів. Дослідження проведені за загальноприйнятими методиками (Правдин, 1966; Чугунова, 1952). Під час аналізу морфобіологічних показників риб (максимальні розмір і вага) використано дані Л. С. Берга (1949), О. П. Маркевича та І. І. Короткого (1954), А. І. Амброза (1956), «Фауны Украины в 40 томах» (Фауна України, 1981, 1988), П. І. Жукова (1988), Р. О. Новіцького (2003, 2006).

Розмірно-вагові характеристики 5 з 13 найпопулярніших трофейних видів риб (карась сріблястий, плоскирка звичайна, білизна звичайна, товстолобик і головень звичайний) в Україні більші, ніж в інших країнах Європи (Швеція, Норвегія, Німеччина). Порівняно з європейськими країнами законодавство України відносно спортивного та любительського рибальства є набагато м'якшим, що обумовлює чудові можливості для в'їзного рибальського туризму. Рекреаційне рибальство може стати дуже прибутковою галуззю економіки країни, якщо встановити законодавче регулювання правил і методів лову та покращити інфраструктуру для комфортного відпочинку українців та іноземців. Враховуючи популярність рекреаційного рибальства в європейських країнах і нагальну необхідність мільйонів людей у психологічних розвантаженнях, активному відпочинку, відтворенні фізичних можливостей можна рекомендувати:

- реорганізувати державні норми регулювання аматорського та спортивного рибальства;
- встановити систему стягнень і штрафів для пробудження свідомості рибалок (сувора заборона браконьєрства та лову сітками);
- встановлення часу рибальства залежно від денної активності малька, встановлення обмежень щодо лову під час нересту риби;
- створення приватних водойм, де риба буде розвиватись протягом декількох років без масового вилову;
- встановлення обмежень щодо розміру, максимальної та сумарної ваги виловленої риби, яку рибалка може забрати з

водойми;

– покращення інфраструктури поблизу водойм для аматорського та спортивного лову, створення комфортних умов для рибалок;

– встановлення тарифів на аматорську рибальську діяльність;

– для покращення обліку існуючих рибалок і виловленої ними риби, зобов'язати кожного, хто займається рибальством вступити до професійних організацій чи асоціацій;

– реклама українського рекреаційного рибальства на професійному рівні (рибальські змагання, телепрограми, преса, міжнародні конференції тощо, за допомогою туристичних агенцій).

#### **Список використаних джерел:**

1. Розумная Л.А. Любительское рыболовство как метод рыбохозяйственного освоения малых водоемов / Л.А. Розумная // Автореф. дисс... канд. биол. наук. – М., 2003. – 20 с.

2. [http://www.casopisrybarstvi.cz/articles/category/sportovni\\_ry](http://www.casopisrybarstvi.cz/articles/category/sportovni_ry)

3. bolov б. Кроу С. Откройте для себя карп-фишинг (полное руководство по ловле карпа) / С. Кроу, Р. Хьюз // Под научн. ред. Р.А. Новицкого. – Д.: Avis Rara, 2007. – 240 с.

С.В. Плетос, ст. викладач,  
О.Р. Романюк, здобувач вищої освіти  
*Одеський державний екологічний університет*

## **МОЖЛИВОСТІ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМИ ТУРИЗМУ В ІНТЕРНЕТІ**

За сучасних умов одним із найефективніших ЗМІ є глобальна комп'ютерна мережа Інтернет. Для туристичних агентств це найкращий засіб реклами. Мережа здатна поширювати інформацію до мільйонів користувачів про діяльність компанії, її послуги, ціни, акції з мінімальними витратами. Значною перевагою онлайн-реклами є те, що потенційний турист може прочитати відгуки про туристичні напрямки, готелі, ресторани, переглянути фото та відео. На сайті може бути проведена презентація туру, вибір готелів і навіть угода між туристом і турагентством.

Можливості Інтернету дозволяють використовувати його як продуктивний інструмент для рекламних кампаній.

Рекламу в Інтернеті можна розмістити наступним чином:

1.засоби контекстної реклами, зміст яких залежить від запитів користувачів у пошукових системах, а також їх інтересів. Наприклад, якщо турист шукав інформацію за запитом «тури в Єгипет», то йому транслюватиметься реклама турів до Єгипту, єгипетських готелів, турів до Єгипту тощо;

2.засоби банерної реклами, при яких графічні банери розміщені на популярних сайтах і порталах, і немає прямого посилання на тематику сайту чи інтереси його відвідувачів;

3.розміщення рекламної інформації в соціальних мережах, яка, зокрема, може бути орієнтована на цільову аудиторію за віком, статтю, регіоном, що може значно підвищити ефективність рекламних звернень.

Туристичні агентства повинні виконати наступні кроки для просування свого продукту та спілкування з потенційними клієнтами в Інтернеті:

– створити веб-сайт та зареєструвати групи (спільноти, сторінки) у соціальних мережах Facebook, Youtube, Instagram, Telegram тощо;

– трозміщувати рекламу, інформацію про акції, ціни тощо;

– брати участь в обміні новинами в соціальних мережах та публікувати новини з їх допомогою;

– надсилати новини та спілкуватися електронною поштою [1].

Надзвичайно актуальними питаннями, які вимагають ґрунтовної роботи, є особливості пошуку туристичної інформації в Інтернеті за запитом, що цікавлять конкретне туристичне агентство, завдяки чому технологія пошуку постійно змінюється, і кожне туристичне агентство просило вас бути на перших позиціях. в результатах пошуку пошукової системи за необхідними запитом. Наприклад, якщо туристична агенція спеціалізується на турах до Марокко, але за пошуковим запитом «тури в Марокко» веб-сайт агентства знаходиться на 30 місці в пошуку інших туристичних агентств-конкурентів, тому навряд чи очікується значний потік відвідувачів. на сайт. Для покращення позицій сайту туристичної агенції в результатах пошуку доцільно використовувати технології пошукової оптимізації (SEO – search engines optimization) [2].



Останніми роками почав розвиватися так званий «віртуальний туризм», що означає подорож до визначних місць, мальовничих куточків світу за допомогою комп'ютера та Інтернету, не виходячи з дому. На нашу думку, його не можна вважати повноцінним туризмом, оскільки під туризмом розуміють тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчими, навчальними, професійними, діловими чи іншими цілями, що практично неможливо. Проте така діяльність може розширити світогляд туриста, а головне – спонукати людей відвідати побачене у «віртуальній реальності». Показуючи фотографії та відео в Інтернеті, туристичні агенції додатково мотивують потенційних туристів звертатися до них, щоб відвідати місця, які вони бачили на екранах своїх комп'ютерів.

Таким чином, можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дозволяють туристичним агентствам ефективно використовувати рекламні засоби для реалізації своєї маркетингової політики.

**Список використаних джерел:**

1. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Дрогобич: Посвіт, 2007. 108 с..
2. Просування туристичного сайту. URL: <https://seolife.in.ua/2012/09/prosuvannya-turystychnoho-sajtu.html>.

В.О. Гусак, аспірантка  
*Одеський національний морський університет*

**АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ  
РІЧКОВОЇ ЛОГІСТИКИ ЯК АСПЕКТ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

В умовах активного розвитку сільськогосподарського сектора та нарощування обсягів світової торгівлі зерновими вантажами дедалі гостріше відчувається недосконалість логістики. Незважаючи на безліч складнощів, практично всі обсяги цих вантажів доставляються в морські порти залізничним та автомобільним транспортом. Регулярне зіткнення з проблемами наземної логістики змушує замислюватися про розвиток наявного величезного потенціалу річкових перевезень.