

цілому фермери не мали проблем з продажем вироблених товарів. Тож не було потреби в маркетингу.

Необхідні і водночас дуже важливі зміни в обізнаності фермерів повинні стосуватися таких проблем:

- виробники повинні зосередитись на ринку та потребах покупця замість товару та технології;
- орієнтація на цільовий ринок означає, що продавцю потрібно активно шукати покупців та ринки, а не чекати, коли потенційний покупець почне шукати продукцію чи підприємство.

Отже, на ринок має бути орієнтована лише продукція хорошої якості, щоб задоволений клієнт був готовий укласти договір поставки в наступні рази. Також, слід постаратися, щоб товар виділявся в маркетинговому розумінні також завдяки правильному сорту, торговій марці, упаковці, інформації про споживачів тощо.

Література:

1. Осовська Г. Менеджмент організацій: [навч. посіб.] / Г. Осовська, О. Осовський. – К.: Кондор, 2005. – 860 с.

УДК [005.931.11-042.3]:005.93

О. В. ФЕЄР
Мукачівський державний університет

ВПЛИВ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА

До сьогодні розуміння кризових явищ в економіці України мало чітко визначений характер, то ми відчували на собі (по черзі або паралельно) наслідки економічних криз (світова фінансова криза), то політичних криз (недолуга державна політика за всіма напрямками), то суспільних криз. Зараз криза в економіці буде ще більш загострюватись в контексті пандемії коронавірусу (COVID – 19) і від неї вже потерпають економіки всіх країн світу. Це вже відбилось на пересічних громадянах, малому і середньому бізнесі. Китай перейшов на жорстке обмеження пересування громадян, все безконтактне (спілкування, доставка продуктів харчування тощо). В Італії призупинено комерційну активність, закриті освіти заклади та адміністративні установи, заклади громадського харчування. Іспанія переводить своїх громадян на дистанційну роботу, працюють тільки продуктові магазини та з продажу предметів першої необхідності, пізнавальні, розважальні центри, освітні заклади,

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

закриті пляжі, парки; обмеження доступу в країну іноземцям. Німеччина призупиняє роботу барів, клубів, музичних шкіл, дискотек, концертів, музеїв, казино, спортивних закладів, ігрових кімнат, борделів; з метою уникнення черг знімається заборона на роботу в неділю, окрім того, години роботи можуть бути збільшені. Франція вводить «домашній» карантин або ізоляцію. Французам дозволено виходити із дому лише у випадках неможливості працювати дистанційно, за потребами здоров'я та здійснення нагальних закупівель (продуктів і ліків). У США скасовуються публічні заходи, в кожному штаті вводяться окремі обмеження, про повну ізоляцію мова не йде. Чехія обмежує вільне пересування громадян. Україна ввела режим надзвичайної ситуація, планується закриття кордонів на в'їзд для всіх, заклади освіти переведені на дистанційну форму навчання, всі заклади харчування, проживання, торгівлі (окрім продуктових, аптек, АЗС), закриті, обмежено доступ в медичні заклади, бізнес в міру своїх можливостей переходить на дистанційну роботу, де це є можливим, введені транспортні обмеження.

Більшість країн оголосили карантинні заходи, які можна узагальнити наступним чином – обмежено активність бізнес-середовища, закриті освітні заклади, адміністративні установи переходять в он-лайн режим, заклади громадського харчування працюють в обмеженому режимі або тільки у форматі доставки, обмежено пересування громадян, транспорту, вводиться сувора відповідальність за порушення умов карантину у вигляді штрафів або інших заходів.

Отже всі ці обмеження в тій чи іншій мірі гальмуватимуть економічний розвиток суб'єктів господарювання, навіть за окремими оцінками можливий крах економіки та масові банкрутства. Саме умови функціонування сьогодні повинні означати зміни в системі менеджменту як країни так окремого суб'єкта господарювання, а саме швидко і оперативно реагувати на зміни та пристосовуватись до них, чітко координувати роботу, володіти та раціонально користуватись наявною інформацією, ефективно управляти оборотним капіталом та постійно коригувати бізнес-плани, переглядати формат взаємодії з постачальниками та клієнтами, орендарями та орендодавцями. І необхідно пам'ятати, що кожна криза є причиною виникнення нових можливостей для бізнесу.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>