

**ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МУКАЧІВСЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ БІЗНЕСУ  
(МУКАЧІВСЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ КОЛЕДЖ)**



Всеукраїнська науково-практична конференція  
здобувачів освіти та молодих вчених

**ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: СУЧАСНІ  
ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Тези доповідей

м. Мукачево

Видавництво Львівського торговельно-економічного університету

2021

Підприємництво і торгівля: сучасні тенденції і перспективи розвитку: Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів освіти та молодих вчених: тези доповідей / Мукачєво, 22 квітня 2021 р. – Львів: ЛТЕУ, 2021. – 280 с.

**ISBN 978-617-602-288-6**

У збірнику тез доповідей розглядаються актуальні питання сучасного стану, проблем та ключових тенденцій розвитку підприємництва і торгівлі; різноманітні підходи до вирішення проблем теорії, практики функціонування підприємницьких структур та внутрішньої торгівлі України; забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств; актуальні тренди якості та безпечності товарів; інноваційні підходи в діяльності підприємницьких структур; маркетинг, менеджмент, фінанси, облік, інформаційні технології як драйвери розвитку торгівлі та підприємництва; специфіка підприємницької діяльності в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

**Організаційний комітет:**

*Куцик П. О., доктор економічних наук, професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету;*

*Кабаці Б.І., к.е.н., доцент, директор Мукачівського кооперативного фахового коледжу бізнесу (Мукачівського кооперативного торговельно-економічного коледжу);*

*Тягунова Н.М., к.е.н., професор.*

*Ціцей З.-М.В., голова студентської ради Мукачівського кооперативного фахового коледжу бізнесу (Мукачівського кооперативного торговельно-економічного коледжу)*

Матеріали друкуються в авторському поданні. Організаційний комітет не несе відповідальності за достовірність інформації, поданої в рукописах.

**ISBN 978-617-602-288-6**

3. Підвищити якість групових рішень, організувати обговорення проблем з врахуванням різних точок зору, щоб знизити ймовірність диктату лідера.

4. Організувати менеджерів у групи по подоланню кризи. Робота, яка ведеться на подолання кризи, вимагає напруженої роботи великої кількості учасників найрізноманітнішого рівня і є важкою задачею для керівництва. Тому використання в кризових ситуаціях спеціальних менеджерів належить до важливих факторів успіху подолання кризи.

5. Проводити профілактику кризових ситуацій по наступних напрямках: фінансово-господарська діяльність; культура управління фірмою; інноваційна; активність; моніторинг зовнішнього і внутрішнього середовища фірми і критерії прийняття рішень .

Для подолання труднощів кризового періоду підприємство повинно володіти запасом необхідних виробничих технологій, набором сучасних інформаційних технологій, щоб оволодіти технікою обробки інформації для подолання невизначеності, покращувати якість комунікацій. Необхідно вивчати і впроваджувати нові технології (від виробничої до стратегічного планування), які дозволяють підвищити продуктивність праці. "Розумне" підприємство повинно звернути більше уваги на процеси навчання, привити працівникам навички сумісної роботи і дати можливість брати участь у прийнятті важливих рішень, постійно оновлювати ноу-хау при участі робітників всіх рівнів. Підприємство повинно широко використовувати співробітництво і кооперацію.

**Гудзь Т. П., д.е.н., проф., доц.**

*Вищого навчального закладу Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Механізм впливу ринкової взаємодії підприємства з контрагентами на корпоративні фінанси залишається актуальним питанням з наукової та практичної точок зору. Планування обсягів та структури джерел фінансування торговельне підприємство має здійснювати з урахуванням

системи горизонтальних (конкуренти) та вертикальних (постачальники та покупці) зв'язків на ринку. При цьому необхідно визначити як ринкові характеристики впливають на вибір конфігурації корпоративного фінансування, а також з'ясувати зворотній зв'язок – як контрагенти та конкуренти підприємства реагують на його фінансову структуру.

Методологія взаємозв'язку ринкової конкуренції та здатності підприємства залучати фінансування розкривається у двох аспектах. Перший полягає у тому, що конкурентне протистояння диверсифікує ринкову владу та прибуток між учасниками. За наявності конкурентів підприємство менш схильне до зовнішніх запозичень навіть за умов вільного доступу до ринку капіталу. Економічним підґрунтям такого фінансового вибору виступає об'єктивне обмеження рівня прибутковості ринковою конкуренцією, що прямо визначає здатність підприємства обслуговувати борги.

Другий аспект полягає у тому, що аналіз ділового середовища дозволяє корпоративному менеджменту зробити свій фінансовий вибір, однак він буде зважений на очевидний результат прийнятих рішень конкурентами.

Ключовим критерієм для потенційного інвестора є перспективи діяльності підприємства-реципієнта фінансових ресурсів. Спираючись на модель економічної рівноваги Ерроу-Дебре, підкреслимо, що інвестиції визначаються не упущеними вигодами бізнесу, які він мав у ретроспективі, а його інвестиційними перспективами. Іншими словами для прийняття рішення про фінансування релевантною є інформація про очікувані підприємством грошові потоки від його діяльності. У разі несприятливого прогнозу щодо майбутніх надходжень грошових коштів позичальник стикається з кредитним раціонуванням на ринку капіталу, тобто йому пропонують тільки короткострокові транші фінансових ресурсів.

Щоб уникнути такої політики пропозиції на ринку капіталу торговельне підприємство має реалізовувати стратегію зниження чутливості інвестицій до грошового потоку. Вона передбачає пріоритетну орієнтацію на довгострокове залучення коштів. У такий спосіб забезпечується запас ліквідності, який знижує внутрішню потребу підприємства у залученні короткострокового капіталу. Досягти ефекту зниження чутливості інвестицій до грошового потоку можливо й за умов

укладення ряду короткострокових контрактів на отримання фінансових ресурсів. Якщо при цьому стабільно буде утримуватися досить високий рівень прибутковості діяльності підприємства не за рахунок зниження стимулювання праці.

Знизити ймовірність маніпулювання з боку потенційних інвесторів та кредиторів можливо за умови формування «довгострокової фінансової подушки», зокрема через стратегічне проектування портфелю цінних паперів. Інший варіант – це довгострокові угоди з основними постачальниками, які передбачають можливість отримання комерційного кредиту. Крім того, обов'язковою рисою таких довгострокових контрактів має бути можливість перегляду їх умов, щоб забезпечити комерційний інтерес стратегічних партнерів. Втім, обидва варіанта створення довгострокових джерел поповнення ліквідного капіталу, хеджуючи від нестабільності вхідного грошового потоку, загострюють внутрішню проблему мотивації праці. Тому, важливо узгоджувати стратегію фінансування з політикою розвитку людського капіталу як стратегічного ресурсу діяльності торговельного підприємства.

**Довгалюк Д. В.**

***Науковий керівник: Мельник О. В.***

*Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ**

В умовах глобалізації значно зростає роль інформаційних технологій як важливого інструменту в підвищенні ефективності управління підприємствами. Особливості створення та надання туристичних послуг визначають необхідність використання сучасних інформаційних технологій у туристичній сфері.

Розглянемо основні напрями впровадження ІТ у діяльність туристичних підприємств для ефективної реалізації маркетингових функцій та їх вплив на забезпечення якості туристичних послуг.

Туристичний бізнес все більше використовує новітні інформаційні технології: мобільний Інтернет, електронні каталоги з пропозиціями відпочинку, on-line-бронювання, використання довідкових сайтів про країни й нові туристичні маршрути. У світі

Сіверський С. Переваги та недоліки використання добавки Е 1442 в харчовій промисловості	157
Терновенко А. С. Еко-упаковка: сучасний досвід та інновації	161
Уманець В. Т. Безпечність молока і молочних продуктів	163
Шекета М. В. Товарні ресурси локальних продуктів харчування з використанням «Географічних зазначень» в Закарпатській області	165
Шурдук І. В., Горбенко Є. О. Дослідження маркування алкогольної продукції	168
Юзефов В. Використання та синтез модифікованих крохмалів у харчовій промисловості	170
Ягельницька Ю. С., Олеш Р. А. Практичні аспекти збагачення смузі рослинними інгредієнтами	173

## СЕКЦІЯ 5.

### МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ФІНАНСИ, ОБЛІК, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕРИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Андріканич Д. Е. Основні тренди інтернет-маркетингу підприємства в умовах пандемії	176
Балаж Є. Є., Данко А. І. Формування навиків роботи в мережі Internet, як важлива складова підприємницької діяльності	179
Банькодуд В. О. Шляхи інноваційного розвитку страхової діяльності - драйвер розвитку підприємництва	181
Басараб А. А. Різновиди та сучасний стан розвитку фінансового ринку в Україні	183
Баченко В., Цьолка А. Оцінювання персоналу торговельного підприємства в умовах кризи	185
Бендасюк Е. В. Використання інтернет ресурсів у підприємницькій діяльності	187
Бережна І. В. Визначення економічних показників з використанням засобів матричної алгебри	189
Будзінська М. Ю. Управління потенціалом підприємств торгівлі	191
Вешелені Ю. І. Формування економіко-математичної компетентності під час навчання математики майбутніх економістів	193
Велікая Н.С. Інформаційні технології як запорука ефективного управління товарними запасами в ТМ «Копійка»	195
Власенко К. І. Особливості стратегії проникнення на іноземний ринок	197
Головачко В.М., Ліба Н.С. Методи виведення підприємства з кризи та банкрутства	199
Гудзь Т. П. Формування стратегії фінансування торговельного підприємства з урахуванням впливу конкурентного середовища	201
Довгалюк Д. В. Інформаційні технології у туристичній сфері	203
Душок В. М. Особливості менеджменту як інструменту підвищення ефективності діяльності підприємства	205
Кальба А. І. Особливості та проблеми функціонування сфери	

**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

**ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:  
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції

Оригінал-макет видавництва  
Львівського торговельно-економічного університету

Підписано до друку 20.04.2021 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.

Друк на різнографі.

Тираж 100 прим. Зам. 50.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету  
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10.

Тел. 244-40-19. e-maildrook@ukr.net

Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України  
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.