

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА**



**IV Міжнародна науково-практична конференція
(заочна форма)
«ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В РАМКАХ ІНТЕГРАЦІЇ
ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ»**



м. Полтава, 24 березня 2021 року

УДК 330.15:334.723
ББК 65.291.5

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2021. – 426 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління господарської діяльності підприємств в рамках інтеграції до європейського простору.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, фахівців практиків. Матеріали друкуються мовою оригіналів. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

Голова організаційного комітету:

Махмудов Х. З. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Члени організаційного комітету:

Калашник О. В. – секретар конференції, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Галич О. А. – кандидат економічних наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій Полтавської державної аграрної академії.

Михайлова О. С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Писаренко С. В. – кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії;

Мороз С. Е. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Кальян О. С. – кандидат юридичних наук, доцент, професор кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

ЗМІСТ

Ivanova Olena, Ivanova Valentyna, Ivanov Oleg SIMULATION MODELING OF SERVICE PROCESSES AT TOURIST ENTERPRISES	15
Артюх-Пасюта О.В., Мілька А.І. ЗБИТКИ ЯК ПРЕДМЕТ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ	19
Артюхов А.Є. ОЦІНКА ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО ВПЛИВУ НА СИСТЕМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ	22
Бараболя О.В. ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ У ОРГАНІЧНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ	24
Басова Ю.О., Л.М. Губа, Кобищан Г.Д. АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ МАРКЕРІВ	26
Бельков В. В. ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	29
Берлінова Л.В., Єременко О.А. ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФЕКТІВ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ	32
Бернацька Н.Л., Типіло І.В. ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ	33
Білик О. Р., ДЕПОЗИТИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ БАНКОМ	37
Біловодська О. А. ВИДИ УПАКОВКИ НА РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ	39
Білоус В.А., Лищенко М.О. ЗБУТОВІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ	42

Михалюк Н.І., Лакіш Л.М. МОТИВАЦІЯ І ПІДВИЩЕННЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ МЕНЕДЖЕРА	218
Місюкевич В.І. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	222
Муштай В.А. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	224
Назаренко С.В., Устік Т.В. МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ	228
Оганесян В. С. ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	232
Онопрієнко І. М., Назаренко О.О. ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЕЛЕВАТОРАХ	234
Онопрієнко І. М., Петренко О.І. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	238
Павлишин С. В. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	242
Палій М.О., Крайник В.Г. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА: СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ	246
Пасічник Ю. В. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИКІВ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ	248
Пасічник Ю.В. РЕЗЕРВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	252

2. Герасіна Л. М., Панов М. І., Осіпова Н. П. та ін. Конфліктологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : Право, 2009. 321с.

3. Михайлова Л. І. Управління персоналом : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 248 с.

4. Менеджмент персоналу: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів. за ред. В. М. Данюк. К. : КНЕУ, 2004. 398 с.

Місюкевич В.І.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
доцент

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакову мету – максимум прибутку при мінімальних затратах. Однак способи і шляхи досягнення цієї мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше інших домогся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку [4, с. 289].

Ритейлери постійно формують стратегії для вирішення проблем, що існують у кожному бізнес-процесі, з метою його вдосконалення. Їх всі можна звести до чотирьох типів конкурентних стратегій: віолентна («силова»), патієнтна («нішова»), комутантна («приспосувальна») та експлерентна («піонерська») [1, с. 468-469].

Всі стратегії ринкової конкуренції можна об'єднати у портфель конкурентних стратегій торговельного підприємства. Портфель конкурентних стратегій включає в себе три загальних стратегії: корпоративну, бізнес-стратегію та функціональну, кожна з яких має свої типи та підтипи.

Усі перелічені види стратегій взаємозв'язані. Найважливішою умовою успішного функціонування підприємств на ринку є обґрунтування і реалізація стратегій на кожному рівні управління. В умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку комерційних структур до конкурентних стратегій посилюється, тому проблеми пов'язані з розробкою і реалізацією конкурентних стратегій, украй актуальні [3, с. 232].

Сформований портфель конкурентних стратегій забезпечує системний підхід до управління конкурентоспроможністю в умовах ринкової економіки, сприяє зміцненню конкурентних позицій торговельного підприємства у конкурентному середовищі, підвищенню конкурентоспроможності й отриманню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі на основі ефективного використання конкурентних стратегій [1, с. 470].

В цілому основні етапи формування стратегії торговельних підприємств можна зобразити наступним чином: визначення та дослідження факторів зовнішнього середовища (макрофакторів) та їх впливу на ефективність діяльності підприємства; оцінка впливу на діяльність підприємства його сильних і слабких сторін (мікрофакторів); вибір стратегічної моделі розвитку підприємства; формування системи стратегічних цілей підприємства; розробка та економічний аналіз показників стратегії; формування політики підприємства за основними напрямками діяльності; розробка шляхів реалізації стратегічних цілей і політики підприємства; оцінка обраної для впровадження стратегії розвитку підприємства; впровадження (стратегія ефективна) чи відхилення (стратегія неефективна).

Залюбим сценарієм, початковим етапом розробки стратегії розвитку є аналіз економічної ситуації, що склалася в зоні діяльності торговельних підприємств, аналіз та попередня оцінка їх конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим, розробку стратегії можна проводити у декілька етапів: аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на розвиток підприємств у перспективі; визначення стратегічних цілей, які стоять перед підприємством, та реальних можливостей; вибір із альтернативних реальної стратегії; формування завдань та шляхів реалізації стратегії; розробка тактики та впровадження стратегії розвитку, контроль за її реалізацією.

Другий напрямок стратегічного розвитку роздрібною торгівлі полягає в намаганні національних ритейлерів здійснювати свою діяльність відповідно до закордонних стандартів. Орієнтація та реалізація роздрібною торгівлею України передового досвіду діяльності іноземних ритейлерів є важливим аспектом в розвитку національної торгівлі, особливо в умовах підписання угоди про членство України з ЄС.

Тенденції діяльності зарубіжних компаній матимуть вагомий вплив на вимоги і потреби споживачів, тому український ритейлер повинен пристосувати свої стратегії, принаймні для того, аби зберегти свою частку на ринку і отримати прибуток. [2, с. 289].

При цьому визначення стратегічних пріоритетів [2, с.121-124] означає обґрунтування першочергових завдань за перспективними напрямками. Важливо підкреслити, що напрями формуються під впливом детермінуючих масштабних чинників та умов тобто стратегічних сил.

Таким чином, активні стратегічні сили перетворюючи впливатимуть на розвиток і функціонування системи роздрібної торгівлі в цілому і зокрема на поглиблення і вдосконалення спеціалізації та типізації підприємств торгівлі.

Вплив основних активних стратегічних сил на різні аспекти розвитку роздрібної торгівлі, включаючи спеціалізацію і типізацію в цій сфері, має багатовекторну спрямованість, за якими можна визначити основні стратегічні пріоритети.

Реструктуризацію роздрібної торгівлі слід вважати одним з важливих пріоритетів в загальному напрямі розвитку торгівлі. У широкому сенсі цей процес виражає структурні зміни, тобто перебудову організаційної, функціональної, територіальної структури роздрібної торгівлі.

Список використаних джерел

1. Копич І. М., Нестуля О. О. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія. за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана . Львів: «Новий світ – 2000», 2014. 565 с.
2. Гуштан Т.В. Теоретико-методичні засади спеціалізації і типізації підприємств роздрібної торгівлі: дис. ... канд. екон. Наук. Львів, 2017. 192 с.
3. Клименко С.М., Дуброва О.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник. К: КНЕУ, 2018. 520 с.
4. Співак С. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах. Соціально-економічні проблеми і держава. 2014. Вип. 1 (10). С. 287-293.

Муштай В.А.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики, доцент
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах інтенсивної конкурентної боротьби, необхідності адаптації до міжнародних стандартів якості продукції, дослідження запитів споживачів та попиту на продукцію, постійного пошуку нових та утримання опанованих ринків збуту вітчизняні підприємства мають вирішувати актуальну проблему щодо визначення напрямів, котрі були б адекватні змінам оточуючого