

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції
(10-11 травня 2023 року)

м. Запоріжжя
2023

УДК
334.72:339
С83

Рекомендовано до друку Вченою радою Національного університету «Запорізька політехніка»

Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції, 10-11 травня 2023 року / За заг. редак. проф. Ткаченко А.М. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 372 с.

Збірник містить стислий виклад доповідей і повідомлень учасників IV Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», спрямованих на пошук шляхів розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформаційних змін в економіці України.

УДК 334.72:339

*Тези друкуються мовою авторів у авторській редакції
Адреса редакційної колегії:
69063, Україна, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64,
Національний університет «Запорізька політехніка»*

© Національний університет
«Запорізька політехніка», 2023

ФУНКЦІОНУЄ У НЕПЕРЕДБАЧУВАНИХ УМОВАХ	220
Іпполітова І. Я., Близно І.Д. ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ	223
Іпполітова І. Я., Ларчікова Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	225
Іпполітова І. Я., Лохненко А.В. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИЩОГО ПОРЯДКУ	228
Іпполітова І. Я., Тищенко Р. С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	230
Клименко Т. А., Глущенко В. В. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС	232
Котик О.В., Окач С. О. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	234
Круглікова В.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК КРУГООБІГУ ОБОРОТНИХ КОШТІВ	236
Круглікова В.В., Герцог Є.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ МАШИНОБУДУВАННЯ	239
Круглікова В.В., Гринькова Т.Ю. ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	241
Кучкова О.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	243
Линенко А. В., Білобородько Я. П., Солоненко І. Р. ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РОЗРІЗІ КРИЗИ ВОЄННОГО СТАНУ	245
Линенко А. В., Дяченко О. А. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	247
Линенко А. В., Тихонова К. К. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РИТЕЙЛІ	249
Литвиненко А.О., Леонтєва В.С. ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	251
Литвиненко А.О., Синицька Д.О. РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: ДІАГНОСТИКА СТАНУ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 2023 РОКУ	253
Лобань С.І. ПРОМИСЛОВЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК СУБ'ЄКТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	255

1. Белова А. І. Система стратегічного управління реструктуризацією підприємств: цілі, проблеми та перспективи : монографія / А. І. Белова ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ : КНУБА, 2014. 292 с.

2. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.

3. Іпполітова І. Я., Романова А. С. Аналіз факторів забезпечення конкурентних переваг підприємств молокопереробної галузі України Економіка та суспільство. – 2016. – №. -Електронний ресурс - Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>

Іпполітова І. Я.¹, Тищенко Р. С.²

¹к.е.н. доц., доцент кафедри підприємництва і торгівлі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток сільськогосподарського підприємства є важливим елементом сталого розвитку суспільства. Одним з ключових аспектів розвитку сільськогосподарських підприємств є розроблення стратегії, яка дозволяє вирішувати проблеми, що виникають в ході їх діяльності та планувати подальший розвиток. Не виключенням є й Україна, яка має значний сільськогосподарський потенціал для розвитку. Розвиток агробізнесу передбачає вирішення складних завдань на довгострокову перспективу шляхом взаємодії з зовнішніми та внутрішніми факторами в умовах нестабільного середовища. Успіх підприємства в агробізнесі значною мірою залежить від правильної стратегії, яка повинна бути спрямована на досягнення поставлених цілей. Проте, слід зазначити, що стратегічне планування в аграрному секторі має свої особливості, які пов'язані зі змінністю природно-кліматичних умов, сезонним характером виробництва, тривалістю виробничого циклу та високим рівнем ризику. Тому важливо мати єдиний концептуальний підхід до стратегічного планування, що забезпечить виживання підприємства протягом тривалого періоду та ефективність його діяльності. Враховуючи різноманіття трактувань та розуміння поняття "стратегія розвитку", необхідно знайти оптимальний підхід для його застосування в аграрному секторі.

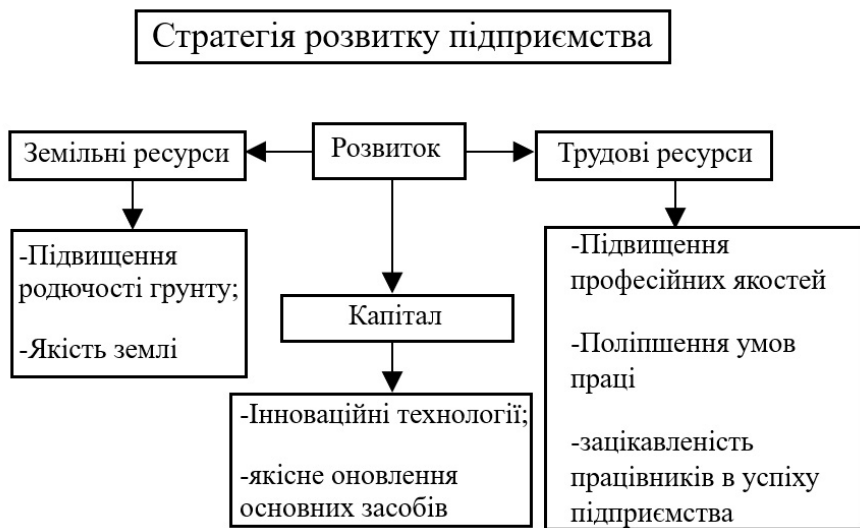


Рис. 1. Стратегія розвитку сільськогосподарського підприємства

Однією з головних особливостей розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства є аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище включає політичні, економічні, соціальні, технологічні та інші фактори, які можуть вплинути на діяльність підприємства. Внутрішнє середовище включає структуру та організацію підприємства, ресурси та процеси, які використовуються для досягнення мети.

Іншою важливою особливістю є визначення конкурентних переваг та ризиків. Підприємство повинно знати свої переваги та недоліки в порівнянні з конкурентами та визначити, які можливості та загрози можуть вплинути на його діяльність. Це дозволяє підприємству розробити ефективні стратегії для досягнення своїх мети. Вибір стратегічного напрямку розвитку є ще одною важливою особливістю розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства. Підприємство повинно вирішити, які напрямки розвитку є найбільш ефективними для досягнення своїх цілей та забезпечення конкурентоспроможності. Напрямки можуть включати збільшення обсягів виробництва, удосконалення якості продукції, залучення нових ринків збуту, розвиток нових продуктів та послуг та інші. Аналіз тенденцій є необхідним етапом розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства. Він полягає у визначенні сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз зовнішнього середовища. Аналіз тенденцій допомагає визначити

потенційні ринки збуту, конкурентні переваги, стратегії розвитку та інші фактори, які впливають на діяльність підприємства. Нарешті, розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства включає планування ресурсів. Підприємство повинно визначити, які ресурси (фінансові, матеріальні, людські тощо) необхідні для реалізації обраних стратегічних напрямків та як їх забезпечити. Також необхідно планувати контроль та оцінку виконання стратегії та вносити необхідні зміни в разі потреби.

Отже, розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства є складним та багатоетапним процесом, який включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення конкурентних переваг та ризиків, вибір стратегічного напрямку розвитку та планування ресурсів. Ці кроки дозволяють підприємству розвиватись ефективно та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільчук М.М., Барановська О.Д., Ус С.І., Дмитрук М.І. Підприємництво та організація агробізнесу в регіонах: навч. посібник. К.: НУБіП України, 2021. 416 с.
2. Халатур С. М. Сучасна практика формування стратегії економічного розвитку сільського господарства / С. М. Халатур // Бізнес Інформ. - 2017. - № 6. - С. 138- 142.

Клименко Т. А.¹, Глущенко В. В.²

¹ ст. викладач, кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Україна

²здобувач вищої освіти, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Україна

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС

В епоху глобалізації виробництва єдиним критерієм його ефективності та попиту продукції є конкурентоспроможність. Нині немає єдиного визначення поняття «конкурентоспроможності», оскільки товар, що успішно конкурує на одних ринках, – неконкурентоспроможний на інших. Безперечно, конкуренція є двигуном ринку, її вплив на споживача складно переоцінити. Завдяки конкуренції у підприємств існує мотивація для підвищення продуктивності і якості продукції, при високому рівні конкуренції ціни на товари є максимально об'єктивними, у споживача є можливість робити свій вибір з величезного асортименту пропозицій.

Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності передбачає