

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

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні учасники IV-ї Міжнародної науково-практичної конференції! Радий вітати вас в Національному університеті «Запорізька політехніка»! Тема конференції «СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» особливо актуальна зараз для нашої країни, економіка якої зазнає кардинальних змін через війну, коли міжнародна спільнота надає всебічну фінансову підтримку для розвитку підприємництва та бізнесу. Економіка України потребує системних економічних реформ, які виведуть країну з фінансової та економічної кризи, забезпечать сталий економічний розвиток та кардинальне поліпшення добробуту нашого народу.

Наш регіон з потужним промисловим, науковим та інтелектуальним потенціалом, незламними людьми має стати найбільш привабливим інвестиційним майданчиком для вітчизняних та зарубіжних партнерів. Плідне обговорення учасниками конференції ключових проблем вітчизняної економіки, презентація зарубіжного досвіду надасть потужний стимул для відбудови та розбудови України. Синергія провідних науковців, представників бізнесу і влади уможливить досягнення конкретних результатів, підписання нових контрактів, реалізацію успішних проєктів і досягнення поставленої мети – впровадження інновацій, залучення інвестицій, реалізації найкращих ініціатив задля добробуту народу України.

Сьогоднішнє поважне зібрання засвідчує сталі наукові традиції університету, тісні творчі контакти з багатьма у вітчизняними та зарубіжними установами та представниками бізнесу. Участь у такому поважному заході дає широкі можливості для апробування власних наукових результатів, представлення індивідуальних та колективних наукових і творчих здобутків, обговорення актуальних питань шляхів вирішення нагальних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформації економіки країни. Упевнений, що професійна дискусія та обмін досвідом дадуть новий імпульс подальшому розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в Україні. Тож зичу усім учасникам міжнародної конференції натхнення та творчих успіхів!

Бажаю наснаги і гарних результатів. Від вас, вашого професіоналізму, вірності обов'язку й активної громадянської значною мірою залежить майбутнє нашої держави.

З найкращими побажаннями і сподіваннями
Ректор Національного університету
«Запорізька політехніка», професор

Віктор ГРЕШТА

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГОЛОВА КОМІТЕТУ:

Грешта В.Л., ректор НУ «Запорізька політехніка», к.т.н., професор.

СПІВГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

Шаломєєв В.А., проректор з наукової роботи НУ «Запорізька політехніка», д.т.н., професор.

Ткаченко А.М., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», д.е.н., професор

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

Захарчук В.М.	Заступник директора Департаменту освіти і науки Запорізької обласної державної адміністрації
Матвіїшина О.Є.	Директор Департаменту економічного розвитку і торгівлі Запорізької обласної державної адміністрації
Абуселідзе Г., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Батумського державного університету ім. Шота Руставелі, (Грузія)
Андрющенко К.А., д.е.н., проф.	Професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного економічного університету
Богаєвська Я. доктор, проф.	Берлінський університет економіки і права (Німеччина)
Варава Л.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Криворізького національного університету
Вежбік-Стронська М.	Проректор Сілезької академії (Польща)
Іванова М.І., д.е.н., доц.	Професор кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка»
Карпенко А.В., д.е.н., проф.	Професор кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка»
Кійко С.Г., д.т.н	Голова правління ПрАТ «Дніпроспецсталь»
Козик В.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства та інвестицій НУ «Львівська політехніка»
Левченко Н. М., д. держ. упр.,	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка»

проф. Мікос П.	Начальник відділу маркетингу та ІТ Сілезької академії (Польща)
Несторенко Т.П., к.е.н., професор AS	Сілезька академія (Польща), Бердянський державний педагогічний університет
Окуян К., доктор, проф. Остенда А., професор AS	Професор Університету Балікесір, (Туреччина) Ректор Сілезької академії (Польща)
Перезовова І.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
Пожуєва Т.О., д.е.н., проф. Покагаєва О.В., д.е.н., д.ю.н., проф.	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка» Перший проректор Класичного приватного університету, (м. Запоріжжя)
Севастьянов Р.В., к.е.н., доц Сейдахметов М.К., к.е.н., доц.	Доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка» Декан вищої школи "Управління і бізнесу" Південно-Казахстанського державного університету ім. М. Ауєзова, (Казахстан)
Филюк Г.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Фролова Л. В., д.е.н., проф. Чуприна Н.М., д.е.н., доц.	Завідувач кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка» Декан економічного факультету ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», (м. Дніпро)
Шафалюк О.К. д.е.н., проф.	Декан факультету маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРИВАННЯ	15
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Koniakhin A. V. ENERGY EFFICIENCY IN THE CONDITIONS OF WAR AND PRIORITIES FOR THE FUTURE	15
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Pliasov S. V. GUIDELINES FOR RESTORING THE POWER SYSTEM TOWARDS SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT	17
Sevastyanov R.V. HYDROGEN PRODUCTION AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE	18
Крайнік О.М., Філатова А.С. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ У БУДІВЕЛЬНОМУ СЕКТОРІ НІМЕЧЧИНИ	20
Левченко Н.М., Філатова А.С. «ОЗЕЛЕНЕННЯ» ВУГІЛЬНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ	22
Лівощко Т.В., Магдич Р.І. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ – ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ	24
Лівощко Т.В., Жукова А.Д. ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ УКРАЇНИ	28
Лівощко Т.В., Неалова Є.О. ПРОБЛЕМА ЕНЕРГОВИРОБНИЦТВА ТА ДОСВІД ДАНІЙ	31
Лівощко Т.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	35
Лівощко Т.В. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ В УКРАЇНІ	37
Мельникова М.В. ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРОМИСЛОВИХ ТА КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТЕПЛОПОСТАЧАННІ МІСТА	41
Севастьянов Р.В., Філатова А.С. СТРУКТУРА РИНКУ СФЕРИ ПОСТАЧАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ В УКРАЇНІ ЗА 2022 РІК	43
Севастьянов Р.В., Фісюк Є.С. СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ	46
Сердюк Є.М., Соловей Д.В., Тюгаєв М.К. ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ УСТАНОВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ	48
Шапран Є.М., Петрухнов О.В. ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ	

СТРУКТУРАМИ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА	50
СЕКЦІЯ 2. МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	53
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Netyaga A. V. ADAPTABILITY OF UKRAINIAN SMB IN THE DIRECTION OF RECONSTRUCTION	53
Варяниченко О.В., Іванова О.О., Моїсеєнко Р.О. АГРОІННОВАЦІЇ ТА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА	55
Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Андрюкайтене Р. КУЛЬТУРА БЕЗПЕКИ ЯК СКЛАДНА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ТА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНА ПРОБЛЕМА	57
Коркушко О.Н. РЕАЛІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	61
Крамський С.О. ОЦІНКА РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИХ ЗАСОБІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ІТ-ПРОЄКТАМИ	63
Круглікова В.В., Некрасова О.О. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ, ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ	65
Левченко Н.М., Магдич Р.І. ПОЗИТИВНА РЕПУТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ – ЗАПОРУКА ЗАХИЩЕНОСТІ ЇХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ	68
Левченко С.А. МЕХАНІЗМ ПЕРЕХІДНОЇ ОПЛАТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКОНВАЛЕСЦЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕС/ТЕЦ	70
Левченко Н.М., Фісюк Є.С. АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН КЛІМАТУ – ЗАПОРУКА ЇХ САМОЗБЕРЕЖЕННЯ	72
Литвиненко А. О., Іпполітов Є. М. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	74
Маренко В.Ю. БЕЗПЕКА ДАНИХ В ЕПОХУ ВЕЛИКИХ ДАНИХ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС КРАЇНИ	76
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г., Череп А.В. КОНЦЕПЦІЯ КУЛЬТУРИ БЕЗПЕКИ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (СВ) ОРГАНІЗАЦІЙ	80
Онешко С.В., Суха А.С. СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	84
Островська О. А., Ковіня О. О. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	86
Сергієнко Т.І. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	88

Ханенко А.В., Глухов В.А. ЦЕНТРАЛЬНИЙ БАНК ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ	91
Ханенко А. В., Жадан М.О. ВІЙНА І ДЕРЖАВНІФІНАНСИ: ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ ТА ВІЙСЬКОВО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	93
СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ	95
Тkachenko A.M.:Loza D.Y. STARTUP ECOSYSTEM AND IT'S PROBLEMS IN UKRAINE	95
Ангелко І. В. РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СТАНОВЛЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	97
Архіпов В.О., Мороз О.С. ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	99
Ащеулова О. М., Чернобаєв В.В. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	103
Бобко Н.А. АНАЛІЗ РЕЙТИНГУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ЗА ПОКАЗНИКАМИ GLOBAL INNOVATION INDEX	105
Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Череп А.В. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	108
Грешта В.Л., Варварчук Г.В. РОЗВИТОК СПРИЙНЯТТЯ ПОНЯТТЯ «ЯКІСТЬ»	111
Євсєєв О.А., Перерва П.Г. МІЖНАРОДНИЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	113
Завадських Г.М. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ	115
Захарченко В.І., Бершадська О.А. ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ НАДІЙНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ	117
Захарченко В.І., Єрмак С.О., Бершадська О.А. ПЕРСПЕКТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СКЛАДІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ	119
Захарченко В.І., Онешко С.В. ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ КАПІТАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ	122
Климентова_М.В., Кобелева Т.О. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ	123
Кобелева А.В. ВИМОГИ ДО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	125
Копиця А.С., Крамської О.Ю., Перерва П.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	127

Крайнік О.М., Плинокос Д.Д. УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНИХ ПРОСКТАХ І ПРОГРАМАХ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ	129
Красножон С. В., Валько Я. І. СТАРТАП ЕКОСИСТЕМА В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	132
Красножон С. В., Латушко О.Д. СТАН СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	134
Красножон С. В., Марчук Д.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	136
Кригульська Т.Б. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ: ПОГЛЯДИ ВЧЕНИХ	138
Крупа А.А. ЧАТ-БОТИ ЯК ЧИННИКИ УПРАВЛІННЯ ІТ-ПОСЛУГАМИ, ПЕРЕХОДУ ДО САМООБСЛУГОВУВАННЯ ТА АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ	140
Лаушкін А.М., Перерва П.Г., Мехович С.А. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	145
Лепський Р.С., Перерва П.Г. МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ	147
Лисак О.І. РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВ	149
Маркова С. В., Головань О.О. ТЕНДЕНЦІЇ БІЗНЕС-РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	151
Мартинова Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО ПОЛЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	153
Марченко С.М. МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ	155
Маслак М.В. ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	157
Мельнік М.А. МЕХАНІЗМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	159
Нагі Саболяч, Перерва П.Г. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ	161
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г. КОНЦЕПЦІЯ РОЗУМНОГО ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	163

Пономарьов В.Д., Кобелева Т.О. СФЕРИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ РОЗРАХУНКІВ	168
Потапов Ф.В., Перерва П.Г., Мехович С.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНСТРУЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНІКИ	170
Саннікова С.Ф., Кедич А.С. ФАКТОРИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	172
Слюсарь М.Ю. МЕРЕЖЕВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	174
Тебенко В.М. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ	178
Трашков В.Д., Нікітенко В.О. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СФЕРУ МЕДИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА УСТАНОВ	181
Труш Є.В., Перерва П.Г., Мехович С.А. МЕХАНІЗМ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	185
Тюфанов Г.Л., Перерва П.Г., Мехович С.А. БІЗНЕС-ПРОЦЕС НА ОСНОВІ РЕІНЖИНІРИНГУ	187
Хоменко І.О., Сорока А.В. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	190
Цвілий С.М. АНІМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ СТРУКТУР	192
Шапуров О. О. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ГАЛУЗІ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ 4.0	194
СЕКЦІЯ 4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	197
Horiashchenko Y. BUSINESS COOPERATION OF UKRAINE IN WARTIME	197
İsmayilov V.İ. THE ROLE OF FOREIGN COMPANIES IN THE DEVELOPMENT OF AZERBAIJAN'S OIL AND GAS SECTOR	199
Voronin A.V., Lebedev S.S. STRUCTURAL INSTABILITY OF THE INNOVATION PROCESS: MATHEMATICAL MODEL	205
Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. РОЗУМНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	207
Грамчук М.О. РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІСТ	212
Григор'єва О.В. «КЛІМАТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ» АДАПТАЦІЇ БІЗНЕСУ ДО ЗМІН КЛІМАТУ	216
Захарченко В.І., Варварчук Г.В. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ВИХІДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	218
Іванова М.І., Варяничекно О.В., Бутенко В.В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКЕ	

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

Лоза С.П., Магдич Р.І. ФОРМУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ В ПРОЦЕСІ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ	258
Лоза С.П., Неалова Є.О. СИНЕРГІЯ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ ПРОЯВИ У СФЕРІ КРЕДИТУВАННЯ	260
Лоза С.П. МОЖЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗПОДІЛУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	262
Оскома О.В., Маланіна А. ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	264
Марченко С.М., Данильченко Н.О. ІМІДЖ-РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	266
Насипайко Д.С., Ножнова А.В. РОЛЬ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	268
Нехай В.В., Волкова С.О. СТРАТЕГІЧНІ ЗОНИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	270
Оглобліна В.С., Михайлуца О.М. ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОЇ РОЗРОБКИ ВЕБ САЙТУ	272
Оглобліна В.О. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	274
Онешко С.В., Селівестрова А.А. СУЧАСНІ УМОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	276
Піддубний В.А., Кокша Д. О. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	278
Пожуєва Т.О., Глухов В.А. РОЛЬ ТА СУТНІСТЬ ВЕКСЕЛЬНОЇ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ	280
Пожуєва Т.О. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ У ПОБУДОВІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	282
Разумова Г.В., Падалка А.В. РОЛЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	284
Севастьянов Р.В., Донченко О.М. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, РІШЕННЯ	286
Сергієнко О.А., Соколова Н.О. ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ	287
Сорока Л.М., Шпаченко Г.С. МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ФАКТОР	

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	289
Струк Н.Р. ЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ СПОЖИВАЧА В МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ	292
Татар Л.В. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	294
Ткаченко А.М., Камишан І.С. РОЛЬ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	296
Ткаченко А.М., Кругліков Є.В. КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ НА ШЛЯХУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	298
Тохтамиш Т.О. ЕКСПОРТ ЯК СПОСІБ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК	301
Чернишева О.М., Гасанов Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 5.0	303
Чернишева О.М. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	305
СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ	307
Krasnozhon S. V., Lypko D. PERSONNEL MANAGEMENT OF ENTERPRISES FOR STAKEHOLDER APPROACH	307
Ostenda A., Nestorenko T.P. THE ROLE OF STUDENTS AND SCIENTISTS' MOBILITY IN THE HIGHER EDUCATION INTERNATIONALIZATION	309
Бобко Н.А., Неалова Є.О. ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	311
Костенко С.В. ТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І ЦИФРОВІЗАЦІЇ	313
Кравцова Є.О., Мельнік М.А., Гаркуша Г. ФОРМИ ПРОЯВУ ЛІДЕРСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	317
Крайнік О.М. Донченко О.М. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	319
Лівощко Т.В., Добродій М.А. СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	321
Лоза С.П., Лизя О.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ	323
Мартінова Л.В., Буркацька Л.В., Гаркуша Г. РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	325
Мороз О. С. ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРСЬКОГО ПІДХОДУ НА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	327

Ніколаєнко С.А. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ	329
Оглобліна В.О., Павелко О.Д. СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ	331
Савків У. С., Сидор Г. В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЯКОСТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРА	333
Сергієнко Т.І., Свічкарь О.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	337
Ткаченко А.М., Камишан І.С. РОЛЬ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	339
Федорова Ю., Мікуш Ю., Голієнка М. РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЄКТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	341
Чернова І.В., Оліхова О.А. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА	323
СЕКЦІЯ 6. ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ESG-ІНТЕГРАЦІЇ	347
Лівощко Т.В. ЗВІТ ПРО ПРИБУТКИ І ЗБИТКИ КОМПАНІЇ КРАЇН ЄВРОСОЮЗУ ЗА НОРМАМИ ДИРЕКТИВИ 2013/34/ЄС	347
Нечепоренко Д.А., Перерва П.Г. ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІСКАЛЬНИХ ВІДНОСИН В БІЗНЕСІ	349
Шейн Є.С., Перерва П.Г. РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ	351
СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ В АРХІТЕКТУРІ ТА БУДІВНИЦТВІ ЗА ПРИНЦИПАМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	354
КРАСНОЖОН С.В., НАУМЧУК В. В. «ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІДНОВЛЕННІ ЗЕЛЕНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ»	354
Круглікова В.В., Колесник А.Д. ЦІНОУТВОРЕННЯ В БУДІВНИЦТВІ ТА ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ	357
Левченко Н.М. Василенко А.І. УНІФІКАЦІЯ КАТЕГОРІЙНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ З КОШТОРИСНОЇ СПРАВИ У БУДІВНИЦТВІ	360
Левченко Н.М., Василенко Б.І. МОДИФІКАЦІЯ НАСТАНОВИ З ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ БУДІВНИЦТВА	362
Тарпільянець В.В., Круглікова В.В. ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ - МАЙБУТНЄ БУДІВНИЦТВА	364
Карпенко А.В., Карпенко Н.М. ЛІДЕРСТВО В ОСВІТНІЙ І БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ	365

інструмент розвитку. Але ролі маркетингу та маркетингового аналізу зокрема припустимі лише після ґрунтового та грамотного опрацювання структури майбутньої системи маркетингових досліджень. У ній обов'язково повинні бути чітко й однозначно прописані цілі кожного заходу, методи контролю за результатами, і найголовніше – способи оцінки ролі маркетингових рекомендацій та аналітики у досягненні цих результатів. Також виміряти ефективність можливо тільки за допомогою маркетингових досліджень: збільшення впізнаваності бренду, збільшення частки на ринку в цілому, або в окремих товарних категоріях [2].

Монотонне ведення бізнесу без прагнення до розвитку прирікає компанії на повільну смерть: у сучасному світі виживають тільки ті, хто прагне йти вперед, озброївшись маркетингом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. An effective strategy for your retail marketing plan. URL: <https://www.papirfly.com/blog/retail-marketing/an-effective-strategy-for-your-retail-marketing-plan> (дата звернення: 28.04.2023).

2. Дмитро Коссе. Про нові реалії маркетингу в ритейлі. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/pro-novi-realiji-marketingu-v-ritejli-1815997.html> (дата звернення: 29.04.2023).

Литвиненко А.О.¹, Леонтьєва В.С.²

¹к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Маркетингові стратегії є важливою складовою будь-якого бізнесу, який прагне досягти успіху на міжнародному ринку. Міжнародний ринок є складним, з різними культурами, мовами та вподобаннями споживачів. Тому для компаній важливо розробити ефективні маркетингові стратегії, які допоможуть їм проникнути на нові ринки, збільшити свою частку ринку та отримати більший дохід.

В міжнародній практиці існує декілька підходів до класифікації маркетингових стратегій. Найбільш розповсюджені, вивірені практикою стратегії розвитку бізнесу називаються базисними або еталонними [1]. В цілому вони відбивають чотири різних підходи до росту підприємства і пов'язані зі зміною стану одного або декількох наступних елементів: продукт, ринок, галузь, положення підприємства всередині галузі, технологія. Таким чином в залежності від характеру економічного росту підприємства

виділяють чотири групи міжнародних маркетингових стратегій:

1. Стратегії зосередженого зростання: ця група включає стратегії, пов'язані зі зміною продукту чи ринку, які не торкаються інших трьох елементів. Існує три типи стратегій концентрованого зростання: стратегія зміцнення позиції на ринку; стратегія розвитку ринку; стратегія розвитку продукту.

2. Стратегії інтеграційного зростання: ці стратегії передбачають розширення фірми шляхом додавання нових структур. У більшості випадків вони використовуються фірмами, які знаходяться на високому рівні розвитку бізнесу і не можуть реалізувати стратегії концентрованого зростання. Компанія може досягти інтегрованого зростання як шляхом придбання власності, так і шляхом внутрішнього розширення.

3. Стратегії диверсифікованого зростання: ці стратегії впроваджуються у випадку, якщо підприємства більше не можуть розвиватися на певному ринку з даним продуктом у певній галузі. Існує три типи диверсифікованих стратегій зростання: стратегія концентричної диверсифікації; стратегія горизонтальної диверсифікації; стратегія диверсифікації конгломерату.

4. Стратегії скорочення: це стратегії скорочення, які реалізуються, коли фірмі необхідно перегрупуватися після тривалого періоду розвитку або під час спаду на ринку (у галузі). Існує чотири типи цільових стратегій скорочення бізнесу: стратегія ліквідації; стратегія «збирання врожаю»; стратегія скорочення збиткових підрозділів; стратегія зниження витрат.

В міжнародній практиці також існує класифікація маркетингових стратегій в залежності від місця, яке займає підприємство на цільових ринках: лідера ринку, претендента на лідерство, послідовника лідера, або підприємства, що спеціалізується на обслуговуванні вузьких сегментів ринку (ринкових ніш). Розглянемо окремі маркетингові стратегії, що можуть бути застосовані даними типами підприємств [2]:

1. Стратегії лідера зовнішнього ринку. Лідеру належить найбільша частка ринку певного продукту. До стратегій лідера зовнішнього ринку належать розширення ринку в цілому. З цією метою застосовуються наступні стратегії: залучення нових споживачів; пошук нових можливостей використання товару; підвищення частоти споживання товару; збільшення частки ринку; підвищення продуктивності; оборона лідируючої ринкової позиції.

2. Стратегії компанії-претендента. Іноді фірми, що займають друге, третє і наступні місця в галузі, являють собою досить великі підприємства. Ці підприємства, що складають свого роду «першу десятку галузі». Вони можуть почати атаку на лідера й інших конкурентів, відкрито заявивши свої права на більшу частку ринку.

3. Стратегії компанії-послідовника. Підприємство, що іде за лідером, може одержати безліч переваг. Ринковий лідер часто несе величезні витрати, пов'язані з розвитком нових товарів і ринків, розширенням каналів товароруку, освоєнням нових сегментів цільового ринку.

4. Стратегії компанії, що обслуговує нішу цільового ринку. Майже в кожній галузі існують підприємства, що спеціалізуються на обслуговуванні ринкових ніш. Не переслідуючи мети домогтися лідерства на всьому цільовому ринку, ці підприємства обирають цільові сегменти в межах інших, більш великих сегментів.

Отже, міжнародний ринок пропонує підприємствам широкий спектр можливостей для росту та розширення. Щоб досягти успіху на цьому ринку, вкрай важливо мати добре продуману маркетингову стратегію. Від цілеспрямованих стратегій зростання до стратегій скорочення, кожен підхід має свої унікальні переваги та проблеми. Важливо вибрати правильну маркетингову стратегію, яка відповідає цілям, ресурсам і цільовому ринку компанії. Вибравши відповідну маркетингову стратегію та ефективно її впроваджуючи, підприємства можуть досягти успіху та зростання на міжнародному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Холлсенсен С. Глобальний маркетинг. М.: Новое знание, 2004. 832 с.
2. Davenport T. H. Process Innovation: Reengineering Work through Marketing Strategies. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993. 337 p.
- Lytvynenko A., Lytvynenko O. Formation of the strategy of the company in international business // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – №2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8585>

Литвиненко А.О.¹, Синицька Д.О.²

¹к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: ДІАГНОСТИКА СТАНУ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 2023 РОКУ

Розвиток торгівлі в Україні залишається однією з ключових галузей економіки країни. У 2023 році вже можна спостерігати деякі тенденції, які будуть впливати на розвиток торгівлі в найближчому майбутньому. Діагностика стану торгівлі в Україні відіграє важливу роль в розробці стратегій розвитку та визначенні перспектив.