

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 |

підприємства, спрямовані на досягнення його стратегічних цілей, котрі сприяють формуванню конкурентних переваг на ринку.

Для того, щоб компанія просувалася до своїх цілей, їй необхідно постійно відстежувати проміжні результати та контролювати мікро- та макрозміни в навколишньому середовищі. У багатьох випадках бізнес-спільнота є стабільною протягом досить тривалого часу, і її розвиток відбувається передбачувано. Однак у деяких випадках ситуація є непередбачуваною і швидко змінюється. У таких випадках компаніям доводиться аналізувати свої програми, стратегії і навіть цілі, а також послідовність своїх дій.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Ткаченко А.М., Іванова М.І., Загорудько В.Л. Визначення рівня економічної безпеки, враховуючи конкурентоспроможність підприємства. Підприємництво та інновації: Міжнародний університет фінансів. 2019. № 10. С. 52–57.
2. Бродюк І.В. Стратегічний аналіз інвестиційного розвитку підприємства. Економіка та держава. 2015. № 4. С. 131–133.
3. Стахів О.А., Адамчук Т.Л. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 12. С. 360–365. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/12\\_ukr/60.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/60.pdf).

Іпполітова І. Я.<sup>1</sup>, Близно І.Д.<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

### **ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ**

Сьогодні жодна сучасна людина не уявляє свого дня без гаджета та Інтернет-трафіку. Онлайн-індустрія розвивається з величезною швидкістю, суттєво впливаючи на сферу торгівлі. Так, у світі з'явився новий напрямок – онлайн-торгівля. Вона передбачає купівлю/продаж товарів та послуг оптом та в роздріб за допомогою електронної мережі.

Інтернет-торгівля – це вид підприємницької діяльності, здійснюваний електронним способом, у якому здійснення угод відбувається у вигляді телекомунікаційних мереж (обов'язково – з використанням Інтернету). Тому її розвиток буде залежати від інформаційної інфраструктури, правового забезпечення електронних угод, платіжних систем і систем доставки товарів, і навіть інших механізмів реалізації [1, с. 144]. Відповідно до стандартів ООН, бізнес визнається електронним, якщо дві з чотирьох складових (виробництво

товару або послуги, створення попиту, доставка до споживача та оплата) здійснюються за допомогою мережі Інтернет. Вважається, що електронний бізнес включає продаж, маркетинг, фінансовий аналіз, здійснення платежів, пошук співробітників, підтримку користувачів та підтримку партнерських відносин [2, с. 7]. Електронна комерція розпочала трансформацію діяльності підприємств у мережу віртуальних співтовариств організацій, кожне з яких може сконцентрувати свою діяльність на тих напрямках, у яких найбільш компетентне, щоб постачати кінцеве виробниче рішення своїм клієнтам [1, с. 144]. Можемо виділити такі переваги електронної комерції: відсутність географічних кордонів, таргетинг, tracking, постійна доступність ресурсу та гнучкість моделювання, інтерактивність, можливість розміщення великої кількості інформації, оперативність поширення та отримання інформації, скорочення витрат. До недоліків відносять: відносно невелика аудиторія споживачів проти аудиторії традиційної комерції, консерватизм мислення споживачів, недовіра до сучасних платіжних систем та якості необхідного товару, технічні складнощі при здійсненні покупки (необхідний комп'ютер, швидкісний доступ до Інтернету [3-4].

Кожному керівнику онлайн-бізнесу варто спочатку побачити картину роботи Інтернет-магазину цілком, а вже потім заглиблюватися в деталі. Нами було виокремлено дев'ять етапів успішної організації та розвитку інтернет-магазину (рис. 1).



Рис. 1. Етапи успішної організації та розвитку інтернет-магазину (узагальнено автором за [5])

Отже, електронна комерція вносить суттєві зміни в економічну структуру, традиційну модель економічного зростання, а також режим роботи.

Завдяки електронній комерції, Інтернет-магазинам було створено нові можливості, пов'язані з бізнес-моделями та інтеграцією між каналами розповсюдження, що зможе підвищити конкурентоспроможність ведення бізнесу суб'єктами підприємництва.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Циброва А. В. Роль електронної комерції в розвитку національної економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 26. Ч. 2. С. 143-145.
2. Новицький А. Сутність та зміст поняття «електронна комерція». Правова інформатика. 2007. № 1(13). С. 5–11.
3. Яценко О. М., Грязіна А. С. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8. С. 4–15.
4. Іпполітова І.Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство. 2023. No 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2106> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-47-18
5. Як створити Інтернет-магазин: чек-лист для новачків. Торгсофт. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/chek-list-sozdaniya-internet-magazina/>

Іпполітова І. Я.<sup>1</sup>, Ларчікова Л. О.<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні тенденції глобалізації світу та розвитку глобальної економіки переконливо доводять необхідність переосмислення способів і моделей ведення бізнесу під впливом використання інформаційних систем та технологій. Це надає нові перспективи розвитку підприємництва.

Переваги електронного бізнесу для суб'єктів підприємництва полягають у:

- швидшій реакції виробника на ринкові умови: зміну асортименту, послуг, ціни;
- можливості аналізу реакції покупців шляхом отримання додаткової інформації щодо їхніх потреб і створення відповідної реклами;
- отримання оперативного доступу до ділової інформації, автоматизації своєї діяльності, контактів зі своїми покупцями, партнерами, досвіду різноманітних компаній і фірм;