

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ**

**V МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
«ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ»**

19-20 травня 2022 року



Одеса – 2022

**Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку:  
матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (19-20 травня  
2022 року). – Одеса: Державний університет «Одеська політехніка»,  
2022. – 178 с.**

**Редакційна колегія:**

д.е.н., професор Філіппова С.В., д.е.н., професор Фролова Л.В.,  
д.е.н., професор Балан О.С., д.е.н., професор Валінкевич Н.В.,  
д.е.н., професор Жадько К.С., д.е.н., професор Іляш О.І.,  
д.т.н., професор Мережко Н.В., д.е.н., професор Міщук І.П.,  
д.е.н., професор Ткаченко А.М., к.е.н., професор Чевганова В.Я.

У збірнику матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції розкриваються теоретико-методологічні та практичні засади підприємництва і торгівлі в системі національних та світових економічних інтересів. Дослідження авторів спрямовано на з'ясування форм сучасного підприємництва в глобальній інноваційній системі, сучасних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі України та перспективних напрямків просування української продукції на нові експортні ринки.

Збірник розраховано на наукових працівників, аспірантів і студентів, усіх, хто цікавиться позитивними та негативними тенденціями розвитку підприємництва і торгівлі в Україні та світі.

*Матеріали друкуються мовами оригіналів. Погляди, висловлені в публікаціях, є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники семінару та їх наукові керівники.*

*Державний університет «Одеська політехніка»,  
Інститут економіки та менеджменту,  
Кафедра підприємництва і торгівлі*

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

#### Форми сучасного підприємництва в глобальній інноваційній системі

<b>Бавико О. Є.</b> , д.е.н., професор ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗРОСТАННЯ ТУРБУЛЕНТНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	9
<b>Беженар І.М.</b> , к.е.н., старший науковий співробітник НАПРЯМИ НІШЕВОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	11
<b>Березівський Я. П.</b> , к.е.н., доц. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО БАЗИСУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	13
<b>Бірюков О.В.</b> , к.т.н., доц., <b>Губін О.М.</b> , здобувач вищої освіти СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – ПОЯСНЕННЯ ПОНЯТТЯ	15
<b>Бондарчук М.Є.</b> , к. е. н., доц., <b>Жила А.В.</b> , здобувач вищої освіти ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	18
<b>Бондарчук М.Є.</b> , к.е.н, доц ЦИФРОВІЗАЦІЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ АСПЕКТ	20
<b>Бондарчук М.Є.</b> , к. е. н, доц., <b>Пижевський А.І.</b> , здобувач вищої освіти РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	22
<b>Olena Budiakova</b> , Candidate of Economics, Senior Lecturer BIOECONOMY: STRATEGIES FOR MANAGING HUMAN RESOURCES IN MODERN ENTREPRENEURSHIP	24
<b>Василюк С.В.</b> , д.е.н., к.х.н., с.н.с., <b>Франів І.А.</b> , д.е.н., доц. ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ПРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИРОБНИЧО- ГОСПОДАРСЬКИХ СТРУКТУР НА БІОЕКОНОМІЧНИЙ ЛАД	26
<b>Гарнага О.М.</b> , к.е.н., доц. РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	28
<b>Глущенко Я.І.</b> , к.е.н., доц., <b>Товкачова А.С.</b> , здобувачка вищої освіти, <b>Федоренко К.В.</b> , здобувачка вищої освіти ІНСТРУМЕНТИ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	30
<b>Диха М. В.</b> , д.е.н, проф. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: СТАН ТА БОРОТЬБА ПЕРСПЕКТИВИ	33
<b>Єрмак С.О.</b> , д. е. н, доц., <b>Шумейко А.О.</b> здобувач вищої освіти, <b>Кірчев І.С.</b> , здобувач вищої освіти МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ	36

<b>Іванова Т. В.</b> , к.е.н., доц. БАР'ЄРИ ТА СТИМУЛИ ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	38
<b>Литвиненко І.С.</b> , аспірантка АНАЛІЗ СУТНІСНИХ ДЕФІНІЦІЙ ДІДЖИТАЛ ЕКОНОМІКИ	40
<b>Міценко Н. Г.</b> , д.е.н., проф. ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	41
<b>Міщук І. П.</b> , д.е.н., проф. ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАНЬ В СИСТЕМАХ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ	44
<b>Олійник Л.В.</b> , к.е.н., доц. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	46
<b>Пучкова С.І.</b> , к.е.н., доц. ВИКОРИСТАННЯ HR-АНАЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	47
<b>Стахурська С.В.</b> , аспіратка ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	50
<b>Тимошенко М.В.</b> , к.т.н., доц., <b>Петров В.А.</b> , здобувач вищої освіти ІДЕНТИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	52
<b>Трегубов О.С.</b> , к.е.н. доц. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	54
<b>Фролова Л.В.</b> , д.е.н., професор, <b>Городецька Т.Б.</b> , к.е.н., доц. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	56
<b>Христенко О.В.</b> , к.е.н., доц., <b>Пантюх В.О.</b> , здобувачка вищої освіти ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	59
<b>Черненко Н.О.</b> , к.е.н., доц., <b>Десна А.М.</b> , здобувачка вищої освіти ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ТА ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З РИЗИКОМ КОНКУРЕНЦІЇ	61
<b>Шапран О.А.</b> , аспірант ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ ВИКЛИКИ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я – СОЦІАЛІЗОВАНА ЕКСПАНСІЯ	65
<b>Швець Н. В.</b> , к.е.н., доц. ОЦІНЮВАННЯ ПЕРЕДУМОВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ЗАСАДАХ СМАРТСПЕЦІАЛІЗАЦІЇ	67

## СЕКЦІЯ 2

### Сучасна торгівля і підприємництво: теорія, практика і перспективи розвитку

<b>Андронік О. Л.</b> , к.е.н., доц., <b>Безп'ятко О. А.</b> , здобувач вищої освіти МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ЗАДАЧ ЦІНОУТВОРЕННЯ	70
<b>Антюшко Д.П.</b> , к.т.н., доц. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	72
<b>Брагіна О.С.</b> , к.е.н., доц., <b>Проноза О.О.</b> , здобувач вищої освіти ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	74
<b>Брагіна О.С.</b> , к.е.н., доц. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ	76
<b>Городецька Т.Б.</b> , к.е.н., доц., <b>Іващенко А.Г.</b> , к.е.н., доц., <b>Івасюк І.О.</b> , здобувачка вищої освіти ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ	78
<b>Зайченко К.С.</b> , к.е.н., доц., <b>Сулим І.К.</b> , здобувачка вищої освіти СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ЛЕВЕРИДЖУ	81
<b>Іпполітова І. Я.</b> , к.е.н., доц. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТОННОЇ ТОРГІВЛІ	83
<b>Кащена Н.Б.</b> , д.е.н., проф. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	85
<b>Костенюк Ю.Б.</b> , к.е.н., доц., <b>Соболева А.К.</b> , здобувач вищої освіти ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОДЯГУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ	87
<b>Kravchenko S.A.</b> , Sc.D., professor, <b>Malik M.Yo.</b> , Sc.D., professor, <b>Malik L.M.</b> , Ph.D., docent OPTIMIZATION OF THE STRUCTURE OF AGRICULTURAL PRODUCTION OF AGRICULTURAL BUSINESS ENTITIES	89
<b>Кривов'язюк І.В.</b> , к.е.н., проф. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	92
<b>Кудлай В.Г.</b> , к.е.н., доц. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	94
<b>Кузьменко О.В.</b> , к.е.н., доц. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СМІТТЄВОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	96
<b>Левкіна Р. В.</b> , д.е.н., проф., <b>Котко Я.М.</b> , к.е.н. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ТУРЕЧЧИНОЮ	99

[http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2013/Economics/10\\_136308.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2013/Economics/10_136308.doc.htm)

4. Методи розрахунку значення левериджу підприємств. URL: <https://msd.in.ua/metodi-rozrachunku-znachennya-leveredzhu-pidpriyemstv/>.

5. Чернецька Ю.А. Управління левериджем з метою досягнення стійкого розвитку підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2010. № 38. С. 372–376.

УДК 004:339.3

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТОННОЇ ТОРГІВЛІ

*Інполітова І. Я., к.е.н., доц.*

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,  
м. Харків*

Прискорення всіх життєвих процесів у глобалізованому світі вимагає надшвидкого вирішення будь-яких завдань, що постають перед бізнесом та людьми. Не є виключенням й торгівля, яка все в більшому обсязі використовує досягнення розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та реалізується у діджитал-форматі. На сьогоднішній день, Інтернет – це глобальна мережа, на якій дуже активно продають велику кількість товарів, послуг, здійснюється значна кількість транзакцій та операцій. Період пандемії ще більше прискорив розвиток електронної торгівлі та вивів її на рівень, коли бізнес, який не має представництва в глобальній мережі – втрачає велику кількість можливостей щодня, бо присутність в Інтернеті дозволяє швидко вирішувати проблеми, які трапляються на шляху ведення бізнесу та розширює потенційну цільову аудиторію. Тому перспективи розвитку запровадження електронної торгівлі не викликають сумнівів.

Звернемося до ЗУ «Про електронну комерцію», який надає наступні визначення, «електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру». Під електронною торгівлею у цьому ЗУ розуміють «господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем» [1].

Як ми можемо побачити, існує суттєва відмінність електронної торгівлі та електронної комерції від традиційної, яка проявляється у вигляді характерних риси та особливостей, серед яких можна виділити такі [2, 3]:

віртуальність – відсутність особистого контакту між фізичними особами-суб'єктами в процесі купівлі-продажу, тобто електронна роздрібна торгівля здійснюється в режимі online;

інтерактивність – адекватне інформаційне забезпечення покупця (споживача) його запиту у вигляді інтерфейсу, тобто німого діалогу;

глобальність – брак часових, просторових, адміністративних, соціально-демографічних, асортиментно-товарних меж;

динамічність – спроможність online торгівлі до моментальних змін і адаптації до нових умов;

ефективність – спроможність забезпечити прибуток, інші економічні вигоди, а також соціальний ефект.

В межах електронної торгівлі розподілення ринку відбувається через визначення типів бізнесу та бізнес-процесів проведення операцій з використанням методів електронної торгівлі. Ці види бізнесу можна умовно розділити за сферою діяльності, географічним охопленням, формою власності і стадіями життєвого циклу. Галузь електронної торгівлі – це

єдина галузь у світі, яка зросла за останні роки, що передбачає гарні прогнози та залучає велику кількість клієнтів.

Перехід України до інформаційної економіки перетворює великі бізнес-процеси та окремі процеси в електронний формат. Проте, одночасно й породжує нові виклики та проблематичні моменти, вирішення яких буде стимулювати розвиток електронної торгівлі. До основних напрямів вирішення проблем електронної торгівлі можна віднести такі:

- захищати персональні дані клієнтів, номери кредитних карток та попереджати кібератаки;

- інтегрувати всі можливі канали зв'язку (веб-сайт, телефон, електронна пошта, соціальні мережі, інтернет-магазин шляхом дослідження історії взаємодії) та створення єдиної омніканальної стратегії;

- використовувати стратегію диференціації, щоб вирізнитися від конкурентів, підвищити лояльність клієнтів та пізнаваність бренду;

- надавати додаткові переваги, щоб мати змогу конкурувати з дрібними інтернет-магазинами, які можуть продавати товари за більш низькою ціною;

- спрощувати процедури купівлі товару (оптимізація шляху від обрання товару до перерахування коштів за товар) з метою попередження відмови від здійснення покупки;

- здійснювати продуману та неускладнену процедуру повернення товарів та коштів, тим самим підвищуючи не тільки задоволеність клієнтів, а й продажі товарів через впевненість покупців щодо лояльної політики продавця;

- підвищувати конверсію шляхом поглиблення знань про ідеального клієнта, збільшення присутності інформації про бізнес в інтернеті, вибір продуманої маркетингової політики та відповідних інструментів просування.

Тому будь-якому бізнесу для успішного довготривалого функціонування в мережі необхідно враховувати тенденції розвитку електронної торгівлі, важливо попереджувати проблеми, які виникають: забезпечення безпеки даних, одноманітність каналів зв'язку з потенційними клієнтами та низькі показники конверсія тощо. Саме ті підприємці, які зможуть розробити та використовувати в своїй діяльності ефективні стратегії подолання проблем, зможуть найповніше використати переваги електронної торгівлі.

Отже, розвиток та сфера застосування в електронному ринку при сучасних умовах розвитку електронної комерції та Інтернет-технологій дозволяє дуже широко використовувати електронну торгівлю, бо дуже багато є функцій, які виконують продавці, організації та підприємства для залучення клієнта саме до їхнього бізнесу та товару. Проте разом з такими широкими можливостями зросла й конкуренція серед підприємців та організацій, тому чим більше послуг надає бізнес чи підприємець – тим більша вірогідність того, що покупець обере саме її. Покупці також стали не простими та не однаковими і тому до кожного потрібен особливий підхід. Дуже різними стали бажання клієнта і лише та фірма, яка найбільше зможе надати послугу та задовольнити бажання клієнта за суб'єктивними критеріям оцінювання, тим більша вірогідність що клієнт буде задоволений, купить саме у того продавця, який задовольнив бажання клієнта та можливо в наступний раз буде обирати саме цю фірму чи продавця. Електронна торгівля надає надзвичайні можливості для сучасного бізнесу збільшувати прибуток під час зростання попиту. Зацікавленість споживачів до онлайн-покупок постійно зростає, про що свідчить позитивне зростання у країнах, що розвиваються, тому електронна торгівля в найближчій перспективі має надзвичайний потенціал для подальшого розвитку та зростання. Тому, електронна торгівля – майбутнє бізнесу, але підприємцям для успішного функціонування потрібно адаптуватися до нових тенденцій, що виникають, щоб скористатися тими можливостями для зростання, які пропонує електронна торгівля.

Література:

1. Закон України «Про електронну комерцію» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення 13.05.2022)
2. Зосімов В., Берко О. *Геометричне моделювання та інформаційні технології*. 2018. № 1 (5), С. 51– 57. URL: <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/gmit5-51.pdf> (дата звернення 13.05.2022)
3. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1, С. 83– 102. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> (дата звернення 13.05.2022)

УДК 339.37

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

*Кащена Н.Б., д.е.н., проф.  
Державний біотехнологічний університет,  
м. Харків*

Торгівля, як складова економічної системи країни, виконує важливі соціально-економічні функції, і через забезпечення зайнятості населення і задоволення постійно зростаючих потреб споживачів, сприяє підвищенню ефективності економічних зв'язків країни на зовнішньому та внутрішньому ринках, обумовлює стійкість грошового обігу і бере активну участь у формуванні державного бюджету. Останнім часом торгівля в Україні, попри достатній рівень стабільності участі у формуванні валового внутрішнього продукту (ВВП), зазнає суттєвих змін.

За даними Державної служби статистики України у 2011-2021 роках (рис. 1) забезпеченість валового внутрішнього продукту держави оптовою й роздрібною торгівлею коливається від 17,3% (у 2011 році) до 13,8% (у 2021 році), й утримується в більшості років досліджуваного періоду на рівні вище за 16,0%.

Так, у 2020 році попри скорочення обсягів товарообороту та негативні темпи зміни валового внутрішнього продукту частка оптової й роздрібною торгівлі у його формуванні склала 16,9%. Зберегти позитивну динаміку участі торгівлі у формуванні ВВП країни дозволила адаптація галузі до реалій бізнес-середовища та переорієнтація в умовах пандемії на реалізацію товарів через мережу Інтернет. Та разом з тим, на початку 2022 року через погіршення епідемічної ситуації, підвищення цін на енергоносії в світі, зростання ймовірності воєнного конфлікту ділові очікування підприємців торговельної сфери погіршилися. Так, у січні поточного року секторальний індекс очікування ділової активності підприємств торгівлі порівняно з груднем 2021 року знизився на 8,9 пункти та склав 40,7 пункти. Підприємства очікували уповільнення товарообороту, зменшення обсягів закупівлі товарів для продажу, зниження торговельної маржі та зростання залишків товарів для продажу.

Після оголошення на території України воєнного стану та початку активної фази бойових дій більша частина бізнесу, і торговельного зокрема, була фактично паралізована. Так, за даними [3] 79% підприємців декларують зменшення доходу, 7% – його втрату. Бізнеси, що припинили свою діяльність, були вимушені відправити працівників у безоплатну