

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

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

присвячена п'ятиріччю заснування кафедри підприємництва і торгівлі

20-21 травня 2021 року



Одеса – 2021

**Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку:
матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (20-21 травня
2021 року). – Одеса: Державний університет «Одеська політехніка»,
2021. – 405 с.**

Редакційна колегія:

д.е.н., професор Філіппова С.В., д.е.н., професор Фролова Л.В.,
д.е.н., професор Бавико О.Є., д.е.н., доцент 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 Рєпіна І.М., д.е.н., професор Ткаченко А.М.,
д.е.н., професор Павлова В.А., д.е.н., професор Перезовова І.В.

У збірнику матеріалів IV 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.

*Одеський національний політехнічний університет,
Інститут бізнесу, економіки та інформаційних технологій,
Кафедра підприємництва і торгівлі*

Чубаров Б.Є. , здобувач вищої освіти ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СУЧАСНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТУ	182
Чурсіна Л.А. , д.т.н., професор, Тіхосова Г.А. , д.т.н., професор, Путінцева С.В. , к.т.н., доцент ТРАНСФОРМАЦІЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ВІДКРИВАЄ НОВІ МОЖЛИВОСТІ КАФЕДРИ ТОВАРОЗНАВСТВА, СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ХНТУ	184
Чухраєва Н. М. , к.е.н., доцент, Циганова К. В. , здобувач вищої освіти РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ	186
Швець Н.В. , к.е.н., доцент КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ТА СМАРТСПЕЦІАЛІЗАЦІЯ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВЗАЄМОЗУМОВЛЕНІСТЬ	188
Шитікова Л.В. , к.е.н., доцент, Бень В.В. , здобувач вищої освіти ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ	191
Шитікова Л.В. , к.е.н., доцент, Довга І.О. , здобувач вищої освіти АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	193
Янченко Н.В. , к. е. н., доцент, Ігнатенко П.В. , здобувач вищої освіти ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОДНА З ВАЖЛИВШИХ СКЛАДОВИХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	195
Янченко Н.В. , к. е. н., доцент, Костюк І.Р. , здобувач вищої освіти ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ МАЙНА	197
Янченко Н.В. , к. е. н., доцент, Костюк І.Р. , здобувач вищої освіти ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	198
Янченко Н.В. , к. е. н., доцент, Ротар А.В. , здобувач вищої освіти ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ: ВИДИ, ТЕНДЕНЦІЇ ВИНИКНЕННЯ І ДОЗВОЛУ	200
Янченко Н.В. , к. е. н., доцент, Ротар А.В. , здобувач вищої освіти ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	202
Ясевич М. , віцедиректор представництва Польсько-Української Господарчої Палати у м. Вроцлаві ПРОГРАМА ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОЮ ГОСПОДАРЧОЮ ПАЛАТОЮ В УМОВАХ COVID-19	203

СЕКЦІЯ 2

Сучасна торгівля і підприємництво: теорія, практика, перспективи розвитку

Бондарчук М.Є. , к.е.н, ст. викладач, Яновський Д.Л. , здобувач вищої освіти ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ РОЗВИТОК В УКРАЇНІ	206
Goreta L.V. , PhD student SWOT ANALYSIS AS A TOOL FOR FORMATION OF THE DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE DOMESTIC INDUSTRIAL ENTERPRISES	208
Губені Ю. Е. , д.е.н., професор ЗМІНИ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ РОЗДРІБНОГО РИНКУ У ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ	210
Гуменюк А.В. , к.е.н., доцент, Гарматюк О.В. , ст.викл. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	212
Даляк Н.А. , канд. екон. наук, Науменко В.О. , аспірант, Сеньк Н.А. , аспірант ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА-ПОСТАЧАЛЬНИКА З ВИКОРИСТАННЯМ ГІБРИДНИХ АГЕНТ-ОРІЄНТОВАНИХ МОДЕЛЕЙ	214
Денисенко Т.М. , к.т.н., доцент, Белік А.О. магістр ОЦІНКА ЯКОСТІ КАВИ НАТУРАЛЬНОЇ РОЗЧИННОЇ	217
Калач Г.М. , к.е.н., доцент, Ковальчук Д. , здобувач вищої освіти ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	219
Калач Г.М. , к.е.н., доцент, Петраш К.Ф. , здобувач вищої освіти РОЛЬ БРЕНДИНГУ В ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ	220
Кашена Н.Б. , к.е.н., професор СУЧАСНИЙ РИТЕЙЛ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	222
Кузьомко В.М. , к.е.н., доцент, Бай Г.В. , здобувачка вищої освіти ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІТ-БІЗНЕСУ В УМОВАХ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ	224
Кривуля П.В. , к.е.н., доцент, Кулаков Є.В. , здобувач вищої освіти, КУПІВЕЛЬНА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ У СИСТЕМІ ПОКАЗНИКІВ СФЕРИ ОБМІНУ ТА У ОЦІНЮВАННІ СТАНУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК	227
Кухарук А. Д. , к.е.н., доц., Кужель Д.В. , здобувачка вищої освіти ЗМІСТ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ	229

Таблиця 1 – Рівень споживання основних продуктів харчування у Чеській республіці, 2009-2019рр., кг/особу/рік

Продукти харчування	2009р.	2019р.	2019р. +/- до 2009р.
М'ясо і м'ясопродукти	79,2	81,7	2,5
Риба	5,8	5,7	-0,1
Сир	17,6	18,5	0,9
Молоко (свіже і прирівняне)	92,4	93,9	1,5
Яйця	17,8	15,0	-2,8
Масло	5,0	5,4	0,4
Олія	15,8	17,6	1,8
Цукор	33,5	35,3	1,8
Картопля	71,4	66,0	-5,4
Овочі (свіжі і перероблені)	84,0	85,8	1,8
Фрукти (помірний пояс)	53,5	48,5	-5,0
Фрукти (південний пояс)	35,0	36,6	1,1

Джерело: [2, с.57; 3, с. 72].

Очевидно, що дистрибуція та роздрібний продаж такої кількості та продуктового асортименту обумовили суттєві зміни в системі роздрібної торгівлі. Вони розпочалися в 90-их роках минулого століття, одночасно із системною трансформацією. Роздрібна мережа поступово отримала два великих напрямки: а) торгівля через торгові мережі і системи та б) торгівля не об'єднана в мережі та системи. Інтенсивно формувались нові торгові мережі, формувались «продуктові ланцюги», значна частина із них – на основі зарубіжних аналогів або франчиз [4]. Це викликало радикальне зростання концентрації роздрібної торгівлі в межах мереж гіпермаркетів, дисконтів та супермаркетів.

Станом на 2010 рік десятка найбільших торгових мереж (TOP-10 ЧР) охоплювала за оцінками чеських фахівців до 63-70% споживчого ринку. Однак рівень концентрації торгівлі на ринку продуктів харчування сягнув ще більш загрозливого рівня у 80-85%. Однією із ключових змін став розвиток гіпермаркетів та дисконтних мереж. Найбільшими дистрибуційно-роздрібними мережами на початок 2010 року були господарські товариства / акціонерні товариства: Schwarz ČR (оборот 59,0 млрд. чеських крон (Кч)), REWE (оборот 48,5 млрд. Кч), Tesco Stores ČR (оборот 46,5 млрд. Кч), Ahold ČR (оборот 43,0 млрд. Кч), Макро Cash&Carry ČR (оборот 36,6 млрд. Кч), Globus ČR (оборот 26,3 млрд. Кч) та SPAR ČR (оборот 13,8 млрд. Кч) [2, с.58]. Найбільш популярним гіпермаркетом у 2010 році була і залишається торгова мережа *Kaufland*.

Домінуюча позицію гіпермаркетів на ринку роздрібної торгівлі надалі зберігається. Так у 2018-19 роках їх частка становила 31,1% роздрібного обігу. Частка дисконтних мереж становила 22,2%, а супермаркетів – 17,5%. Невеликі суб'єкти торгівлі, не інтегровані у торгові мережі, надалі втрачали ринкові позиції у роздрібній торгівлі, і їх частка становила \approx 10,6% [с. 66]. Концентрація у роздрібній торгівлі продовжує наростати. В 2019 році десятка найбільших торгових мереж (TOP-10 ЧР) уже охоплювала 77,8% роздрібного обігу, причому частка TOP-5 перевищила 58%. Частка найбільшої мережі *Kaufland* уже становила 15,2% [3, с.71].

Основними мотивами преференцій торгових закладів, за даними НДІ аграрної економіки та інформації ЧР (ÚZEI) є: - цінова перевага; - якість; - традиція / звичка; - економія часу; - позитивні емоції; - мобільність [5]. Окремі покупці серед мотивів вибору роздрібної торгівлі називають неекономічні мотиви: схильність до споживання органічних продуктів, етнічні мотиви чи навіть прихильність до принципів т.з. «справедливої торгівлі» *Faire Trade*. Як бачимо, торгові заклади інтегровані у мережі мають змогу генерувати більшу частину купівельних преференцій. Тому можливості редукції торгових мереж або обмеження

їх впливу на конкурентне середовище в умовах вільної економіки та високої мобільності покупців є вкрай незначними. Звичні для української господарської практики обмеження або заборони у чеській практиці не розглядаються, з огляду на сумнівну правову перспективу.

За даними Міністерства сільського господарства ЧР основними мотивами покупців при виборі місця роздрібною торгівлі є: місце розташування (преференція 74%), зручний режим роботи (преференція 69%), низькі/вигідні ціни (преференція 61%), товарна орієнтація (преференція 60%), товарний асортимент (преференція 58%) [3, с.68]. Однак насправді вирішальним у виборі закладу роздрібною торгівлі є комбінація декількох, найчастіше 2 преференцій.

Це викликало не лише «занепокоєння», але змусило владу вдатись до регуляторних дій. Адже гіпермаркети і супермаркети, вносячи у торгівлю найбільш передові та модерні методи організації бізнесу та вмотивовано охоплюючи своїми послугами все більше покупців, суттєво змінюють комерційне середовище, знижують рівень локального розвитку бізнесу, сприяють надмірній концентрації торгівлі. Є суттєві застереження щодо інтеграції такої торгівлі у чеські виробничо-дистрибуційні мережі, продуктові ланцюги. Тому уряд ЧР розробив низку програм та заходів з підтримки: 1. Інтеграції організованих торгових мереж із чеським сільським господарством; 2. Посилення співпраці та покращення умов співіснування (конвергенції) між закладами торгівлі інтегрованими та не інтегрованими у торгові мережі.

Досвід розвитку дистрибуційної мережі роздрібного ринку у ЧР показує неминучість глибоких структурних змін на користь розвитку великих торгових мереж і систем. Це вимагає формування певної превентивної регуляторної політики з ідентифікацією потенційних економічних, соціальних і бізнесових проблем, врахуванням впливів на локальний розвиток та функціонування вітчизняного агробізнесу.

Література:

1. Губені Ю. Е. Аграрна реформа у Чеській республіці: від «оксамитової революції» до європейської інтеграції. Приклад гідний наслідування. Л.: Укр. технології, 2002, 465с.
2. Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2009 „Zelená zpráva“, Praha: MZ ČR, 2010, 238p.
3. Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2019 „Zelená zpráva“, Praha: MZ ČR, 2020, 238p.
4. Zwicker Radek Nástup hypermarketů na český trh, jejich vývoj ... [Ел. ресурс] <https://www.semanticscholar.org/author/Radek-Zwicker>, станом на 06.04.2021р.
5. Aktuální vývoj vnitřního obchodu: Bulletin ÚZEI – Praha: ÚZEI , č. 4/2011

УДК 334.012.64

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Гуменюк А.В., канд. екон. наук, доц.

Гарматюк О.В., ст.викл.

*Уманський державний педагогічний університет імені П.Тичини,
м.Умань*

Малий бізнес відіграє в економіці будь-якої країни досить велику роль. Він є невід'ємною частиною соціально-економічної системи країни, забезпечуючи стабільність ринкових відносин, втягуючи велику частину громадян країни в систему відносин шляхом

відкриття ними власної справи, забезпечуючи високу ефективність за допомогою глибокої спеціалізації і кооперації виробництва, що сприятливо позначається на економічному зростанні національної економіки. Більшість країн з розвинутою економікою давно відчули ефективність малих підприємств в економіці і навчилися вирішувати багато проблем пов'язані з фірмами, які займаються діяльністю в невеликих масштабах. Ефективність малих підприємств визначається їх перевагами, а саме:

- 1) забезпечення потреб ринку тими товарами і послугами, які великим фірмам виробляти і надавати недоцільно з економічних і інших причин;
- 2) висока оборотність капіталу;
- 3) впровадження новаторства.

Для малих підприємств характерні значний потенціал зростання і гнучкість ринкової поведінки, які забезпечують їх розвиток, і в той же час, для реалізації цього потенціалу потрібно забезпечити доступ до ресурсів, що дає практичну можливість малим підприємствам здійснювати активну підприємницьку діяльність. Потенціал малого підприємства залежить від багатьох факторів, таких як технологічна оснащеність, професійний рівень підготовленості персоналу, фінансові ресурси, положення на ринку та інше.

Як стверджують українські вчені, його розвиток наштовхується на значні перешкоди [1]. Сьогодні головна проблема малого та середнього бізнесу – недостатня як матеріально-технічна, так і фінансова ресурсна база. Практично мова йде про формування нового сектору національної економіки. Варто нагадати, що протягом десятиліть адміністративної економіки такого сектору взагалі не існувала. У трансформаційний період відчувалася нестача кваліфікованих підприємців. В основній масі населення, що виживала в умовах гіперінфляції, не залишалось резервів та засобів, необхідних для започаткування власної справи.

Основні причини гальмування розвитку малого бізнесу в Україні є [2]:

- неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
- високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого бізнесу йти в тіньову економіку;
- недостатня державна фінансова кредитна і майнова підтримка малого бізнесу;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності;
- відсутність стимулів для інвестицій;
- психологічне неприйняття позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях серед окремих верств населення.

Малий і середній бізнес в Україні приносить 55% валового внутрішнього продукту в економіку країни, при цьому якщо виділити тільки малий бізнес, то це - всього 16% ВВП, тоді як в Європі цей показник вище в два рази. Також варто відзначити низьку ефективність підприємств в Україні, іноді в 10 і більше разів за інших рівних параметрах [3]. Для України особливо актуально, переймаючи досвід європейських держав, сфокусуватися саме на розвитку малих і мікро-підприємствах, поліпшивши бізнес-клімат, щоб зробити вітчизняну продукцію більш конкурентоспроможною.

Перспективи розвитку сучасного малого бізнесу в тому, що він буде позитивно впливати на економіку України в цілому. Тому для того, щоб досягти поставлених цілей, необхідно в найближчі роки провести наступні заходи:

- надати посильну допомогу реалізації заходів щодо створення необхідних об'єктів інфраструктури ринку, які будуть орієнтовані на створення і вдосконалення все більшої кількості суб'єктів малого підприємництва;
- реалізувати спеціальні програми підтримки перспективних конкурентоспроможних компаній;
- впровадити сучасні найбільш ефективні фінансові інструменти розвитку бізнесу;
- підтримувати існуючі інститути мікро-фінансування, створити найбільш сприятливі умови для їх існування;
- сформувати інституційні умови для роботи кредитних установ;
- розвивати старі і створювати нові елементи бізнес-інкубаторів, звернути особливу увагу таких структур на інноваційні підприємства сектора малого бізнесу;
- удосконалити нормативно-правову базу для того, щоб усунути наявні адміністративні та інші бар'єри для перспективного розвитку малого бізнесу в країні;
- реалізувати норми законодавства, які визначають можливість участі малих і середніх суб'єктів підприємництва в державних тендерах;
- підвищити можливість доступу вітчизняного виробника до нерухомості, що відноситься до державної або муніципальної власності

Таким чином, можна дійти висновку, що ефективне функціонування підприємств малого бізнесу є важливим фактором для оцінки економіки країни, показником її гнучкості, здатності змінюватися, адаптуватися до постійно мінливої економічної ситуації. Необхідно створити всеосяжну державну програму, здатну забезпечити рівні умови розвитку підприємництва, що охоплює всі сфери його розвитку. В першу чергу, знизити податкове навантаження і дати послаблення в частині застосування. Також слід розробити індивідуальні програми кредитування з низькими відсотками і менш жорсткими вимогами.

Література:

1. Кузьмін О. Є. Форми та умови участі підприємств малого бізнесу у функціонуванні локальних ринків. Діловий вісник. 2005. № 2. С. 22.
2. Романська О. Яку підтримку очікують підприємці? URL: <http://platformamsb.org/yakupidtrymkuochikuyutpidpryyemtsi>
3. Сайт Державної служби статистики України. Кількість активних підприємств за регіонами України та видами економічної діяльності URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/kap/kap_u/kap_u14.htm

УДК 338.242.2

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА-ПОСТАЧАЛЬНИКА З ВИКОРИСТАННЯМ ГІБРИДНИХ АГЕНТ-ОРІЄНТОВАНИХ МОДЕЛЕЙ

Даляк Н.А., канд. екон. наук, доц.

Науменко В.О., аспірант,

Сеньк Н.А., аспірант

Івано-Франківський національний технічний університет,

м. Івано-Франківськ

Гібридні агент-орієнтовані моделі є порівняно новим інструментом в економічному аналізі. Вони дозволяють здійснювати ітеративний перерахунок, спрямований на досягнення