

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВСП «ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ

IMPERATYV PL SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
(ТОВ «ТОРГОВИЙ БУДИНОК ІМПЕРАТИВ», ВАРШАВА, ПОЛЬЩА)

MILTON FRIEDMAN UNIVERSITY (БУДАПЕШТ, УГОРЩИНА)

ВІЛЬНЮСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, КАФЕДРА ОБЛІКУ ТА АУДИТУ (ВІЛЬНЮС, ЛИТВА)

ТОВ «ХЛАДОПРОМ»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

II Міжнародної науково-практичної конференції

«ВІДНОВЛЕННЯ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, ПРІОРИТЕТИ, ПРАКТИКИ»



2024

Харків,
4 квітня 2024 року

УДК 338.246.88
М 74

Редакційна колегія:

Гурова Капіталіна – в. о. директора, к. е. н., доцент, Заслужений працівник народної освіти України.

Савченко Ілля – заступник директора з навчально-методичної роботи, к. держ. упр., доцент. Баришевський Олексій – Голова Наглядової ради ТОВ «ХЛАДОПРОМ».

Болотова Тетяна – завідувач відділення економіки та бізнесу, к. е. н., доцент.

Гібкін Кирило – завідувач відділення харчових технологій та ресторанного бізнесу.

Домбровська Світлана – проректор Національного університету цивільного захисту України – начальник навчально-науково-виробничого центру, д. держ. упр., професор, Заслужений працівник освіти України.

Золотухіна Олена – заступник директора з навчально-методичної роботи.

Кулінченко Сергій – голова ради студентського самоврядування коледжу.

Ніколенко Борис – директор ТОВ «Торговий будинок ІМПЕРАТИВ», Imperativ PL Sp. Z o.o, (Варшава, Польща).

Peter Szatmari – Dr., проректор з загальної роботи та зав'язків з громадськістю Milton Friedman University (Будапешт, Угорщина).

Rasa Subacienė – Dr., завідувач кафедри обліку та аудиту Вільнюського університету, професор (Вільнюс, Литва).

Чумак Оксана – завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету, д. е. н., професор.

Конференцію включено до Переліку проведення наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки в системі МОН України на 2024 рік

Рекомендовано до оприлюднення Педагогічною радою ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ» (протокол № 8 від 27.03.2024 р.).

Збірник тез доповідей містить матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики», в яких розглядається основні напрями створення умов для модернізації національної економіки, розробити підходи до формування політики модернізації економіки та пропозиції щодо механізму її реалізації.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових доповідей та повідомлень. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної ради збірника.

М 74 **Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики».** – Харків : ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2024. – 141 с.

© ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2024.

3. Занора В., Бут А., Матухно Ю. Стратегічне управління розвитком та управління стратегічними змінами на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2021.
4. Ареф'єва О.В., Ковальчук А.М. Забезпечення економічної безпеки підприємства через мотивацію персоналу до стратегічних змін. *Проблеми економіки*. 2020. Вип.4.
5. Харчук О. Г., Власова В.П. Причини стратегічних змін та адаптивні можливості протистояння їм в процесі реалізації. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2023. № 38. С. 62-67.

Бережна Ю. Г., к. е. н., доцент,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується нестабільним середовищем для суб'єктів господарювання та підвищеними ризиками для підприємницької діяльності. Водночас суб'єкти господарювання зацікавлені у довгостроковому функціонуванні на ринку, сталому розвитку та забезпеченні поточної і стратегічної прибутковості.

Вирішенням цього завдання є формування ефективного фінансово-економічного потенціалу. Чим вищий фінансово-економічний потенціал, тим вищі результати діяльності. Як свідчить світовий досвід, найбільш ефективно ці завдання вирішуються шляхом розробки стратегії.

Формулювання та розробка стратегії дозволяє суб'єктам господарювання адаптуватися до ринкових умов та ефективно функціонувати.

Розглянувши зміст понять "стратегія" та "розвиток", можна зробити висновок, що між цими категоріями існує тісний взаємозв'язок. З одного боку, стратегія розуміється як інструмент забезпечення розвитку підприємства, а з іншого - розвиток є результатом реалізації стратегії.

Тому стратегію розвитку підприємства слід розглядати як систему формування та реалізації довгострокових цілей підприємства з метою забезпечення стабільного функціонування підприємства шляхом ефективного залучення та використання потенційних ресурсів підприємства та коригування стану підприємства відповідно до змін факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Основними завданнями стратегії розвитку є узгодження цілей підприємства з його можливостями та вимогами споживачів, а також використання слабких сторін конкурентів і власних конкурентних переваг.

В умовах ринкової економіки до факторів, які найбільше впливають на зміст стратегії, належать потреби клієнтів, наявність ресурсів, доступність власних і позикових джерел, рівень існуючої технології та можливість її модифікації, тип і масштаби використання новітніх інформаційних технологій та людських ресурсів.

Наразі існує очевидна потреба в розробці підприємствами стратегії розвитку як цільового плану розвитку підприємства. Стратегія розвитку визначає сферу діяльності, позицію в навколишньому середовищі, перспективи подальшого розвитку та забезпечує досягнення головної місії.

Процес розробки стратегії розвитку складається з наступних етапів:

- 1) аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища.
 - 2) розробка альтернативних стратегій з урахуванням обмежень та можливих ризиків, визначення перспективних та пріоритетних напрямів розвитку підприємства
- 3) вибір стратегії розвитку підприємства

4) реалізація стратегії розвитку підприємства

5) оцінка ефективності, дослідження та коригування нових тенденцій.

Саме така послідовність процесу формування стратегії розвитку підприємства дозволяє встановити орієнтири довгострокового розвитку підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища, визначити поточні ринкові тенденції, потенціал наявних ресурсів, задіяних систем та ринкову позицію.

Слід підкреслити, що основним завданням першого етапу комплексного аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства є, перш за все, змістовний і формальний опис підприємства, виявлення його характеристик, тенденцій і напрямів розвитку.

Основними джерелами інформації для аналізу є статистична та бухгалтерська звітність підприємства, статут та річні звіти про діяльність підприємства.

Слід зазначити, що фактори зовнішнього середовища, на які підприємства не можуть впливати:

політико-правові фактори (зміни в податковій системі, законодавство, грошово-кредитна політика);

економічні фактори (наприклад, валютні курси, інфляція, стан ринку цінних паперів).

соціальні та культурні фактори формують потреби населення, які визначають асортимент товарів і послуг, що користуються попитом, а також запити працівників, роботодавців; технологічні фактори – передбачають необхідність підприємств не відставати від конкурентів в сфері впровадження нової техніки і технологій.

До внутрішніх факторів, що впливають на функціонування та розвиток підприємства, належать: виробництво (процес, який залежить від рівня технології та обладнання, що використовується, і якостей персоналу, що, в свою чергу, впливає на якість продукції та робіт, і, в свою чергу, на ринковий попит).

Менеджмент (визначення системи цілей для підвищення ефективності управління та виявлення резервів покращення функціонування підприємства).

Фінанси (визначення чіткого напрямку використання фінансових ресурсів, обґрунтування планових фінансових показників та створення сприятливих умов для розвитку);

Організаційна структура (система оптимальної взаємодії всіх структур підприємства з метою швидкого прийняття рішень); Дослідження та розробки (наприклад, інноваційні дослідження та розробки, що проводяться з метою розширення та вдосконалення асортименту продукції).

Вивчення зовнішнього середовища є особливо важливим при проведенні комплексного аналізу. Також необхідно проаналізувати фінансово-економічний стан підприємства перед тим, як починати формувати стратегію розвитку на підприємстві, щоб можна було усунути виявлені порушення у функціонуванні підприємства та посилити виявлені позитивні тенденції.

Таким чином, з урахуванням аналізу перспектив розвитку підприємства за певних припущень щодо змін у зовнішньому середовищі та визначення позиції підприємства в ринковій конкуренції за його продукцію формуються стратегічні цілі підприємства та встановлюється його місія.

При цьому стратегічні цілі повинні бути прийнятними, вимірними, досяжними та обмеженими в часі, оскільки в процесі діяльності підприємства їх необхідно коригувати та узгоджувати.

Для реалізації третього етапу "Розробка альтернативних стратегій з урахуванням обмежень, визначення перспективних та пріоритетних напрямів розвитку підприємства" важливо врахувати необхідність адаптації діяльності підприємства до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюються, та визначити шляхи мобілізації ресурсів підприємства для досягнення основних цілей та завдань розвитку підприємства.

Слід зазначити, що вибір стратегії розвитку підприємства є важливим етапом у процесі його формування і що сформульований стратегічний план підприємства завжди базується на необхідності безперервного стратегічного планування. Це пояснюється постійним впливом середовища функціонування підприємства (внутрішнього та зовнішнього) і, відповідно, виникненням змін, що призводять до необхідного оновлення як основних положень стратегічного плану, так і системи ключових показників.

З цієї точки зору, в процесі формування стратегії розвитку підприємства важливо враховувати існуючі основні моделі, які є основою для вибору стратегії розвитку: модель системи стратегій підприємства, комплекс дій (формулювання та визначення місії, стратегічних цілей, факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, правових та соціальних норм, стратегічного напрямку та орієнтирів реалізації стратегії, розробка та обґрунтування стратегічного плану, розробка та обґрунтування стратегічних цілей, розробка та обґрунтування стратегічного плану, розробка та обґрунтування стратегічних орієнтирів, підготовка та обґрунтування підтримки стратегічного плану дій) на основі реалізації моделі стратегічного плану.

Таким чином, розуміючи формування стратегій розвитку як свідомо контрольований процес, спрямований на розробку довгострокових управлінських рішень та їх формальне впровадження на підприємствах, ми пропонуємо вважати, що основною метою впровадження нових стратегій є переведення промислових підприємств країни зі шляху масового зростання на якісно новий та інноваційний. Вказуємо, що це має переорієнтувати їх, тим самим дозволивши їм протистояти кризі та забезпечити надійне підґрунтя для успіху і домінування на ринку в майбутніх періодах економічного зростання.

Для цього стратегічне управління підприємствами повинно досягти цілей, визначених у комплексній стратегії розвитку.

Тому для досягнення мети швидкого та стабільного розвитку підприємства важливо здійснювати постійний комплекс заходів, які максимізують натуральні та вартісні показники виробничої діяльності, збільшують прибуток та рентабельність, покращують показники короткострокової та довгострокової фінансової стійкості.

Покращити короткострокові та довгострокові показники фінансової стійкості.

Для досягнення цілеспрямованого, незворотного та природного розвитку підприємств важливим у контексті даного дослідження є розробка відповідних механізмів, спрямованих на зміну існуючої системи управління з метою нейтралізації факторів, що негативно впливають на функціонування підприємств. Слід зазначити, що для того, щоб правильно розробити механізми формування стратегій розвитку, спочатку необхідно дослідити фактори, які мають негативний та позитивний вплив на розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Божков Д. С. Класифікація видів цінового стимулювання споживачів і посередників. Ефективна економіка. 2018. № 9. С.25-27.
2. Савицька О. П. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств сфери послуг. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права. 2020. С.33–36.
3. Савицька О. М., Салабай В. О. Особливості діджиталізації бізнесу компанії в умовах розвитку індустрії 4.0. Ефективна економіка. 2020. №10. С 30-35.

Гуро О. М., Нагорна І. В.

ОБЛІК ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 90

Тамошюнас А. Р., Нагорна І. В.

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ ТА ПЕРЕВАГ ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМ ДЛЯ ОПТОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ 93

Дронова Д. С.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН..... 96

Бережна Ю. Г.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ 99

Ганнич Д. С., Гуторов О. С.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ 102

Бондаренко О. О.

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПОЖВАВЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ 103

Власова С. О., Бондаренко О. О.

НОВІТНІ МЕТОДИ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ПРАКТИЦІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ 106

Фадєєва В. О., Бондаренко О. О.

АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ВИМОГ ВОЄННОГО ЧАСУ 108

Тихонович В. М.

РОЛЬ ПСИХОТЕРАПІЇ У ВІДНОВЛЕННІ ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я ВЕТЕРАНІВ..... 110

Войтова К. В., Мельничук М. О.

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ 113

Барбін С. В., Мельничук М. О.

ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНА БАЗА ТА ПОРЯДОК ДОКУМЕНТООБІГУ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ..... 116

Зміївська В. В.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ДІЛОВИХ ТА ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 118

Резенкіна Н. О.

ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА ЯК ОСНОВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАХИСТУ ПРАВ ЛЮДИНИ 121

Шило А. А.

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ З ШИРОКИМ КОЛОМ КЛІЄНТІВ 124