

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ**

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

23-24 травня 2019 року



Одеса – 2019

**Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку:
матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (23-24
травня 2019 року). – Одеса: Одеський національний політехнічний
університет, 2019. – 240 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., 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 Ткаченко А.М., к.е.н., професор Чевганова В.Я.

У збірнику матеріалів 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*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

Форми сучасного підприємництва в глобальній інноваційній системі

| | |
|--|----|
| Атюшкіна В.В. , к.е.н, доцент ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ З ТИМЧАСОВОГО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ В УКРАЇНІ..... | 14 |
| Бавико О.Є. д.е.н., доцент ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ..... | 16 |
| Бойко І.М. , аспірант ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ | 18 |
| Бойчик І.М. , к.е.н.,доцент Бардин М. , магістрант ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА | 20 |
| Бойчик І.М. , к.е.н.,доцент Гужда Ю. , магістрант КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ РОЛЬ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 22 |
| Бойчик І.М. , к.е.н.,доцент Гурняк М. , магістрант ВПЛИВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР | 24 |
| Бойчик І.М. , к.е.н.,доцент Крук С. , магістрант МІСЦЕ БЕНЧМАРКІНГУ У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА | 26 |
| Бойчик І.М. , к.е.н.,доцент Пенцак С. , магістрант МІСЦЕ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА..... | 28 |
| Брагіна О.С. , к.е.н, ст.викладач Муравська А.О. , студентка ТУРИЗМ У СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... | 31 |
| Брагіна О.С. , к.е.н, ст.викладач Сергеева .С.Т. , студентка МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК МИСТЕЦТВО МАРКЕТИНГУ | 33 |
| Бічевін М. В. , асистент КООПЕРАЦІЯ ЯК ФАКТОР СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА СЕРЕД ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ | 34 |

віртуальна форма організації діяльності тощо), так і тенденціями очікувань працівників від умов праці (зручний час роботи, тривалість робочого часу, можливість обирати робоче місце і т.і.).

Література:

1. Сучасний інструментарій управління поведінкою суб'єктів господарювання: монографія/ за ред. С.К. Харічкова, Г.А. Дорошук. – Одеса: «Освіта України». – 2017. – 244 с.
2. Закону України «Про зайнятість населення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
3. Маркітан В. В. Аутстафінг та лізинг як інструменти менеджменту персоналу / В. В. Маркітан, Н. Д. Німіжан, С. В. Хорошенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Economics/6_111112.doc.htm
4. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Бавико О.Є. д.е.н., доцент

*Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса*

Розвиток інформаційного-комунікаційних технологій призвів до формування нового виду суспільної організації – глобального інформаційного суспільства та мережевої економіки. Цей факт був визнаний провідними країнами світу в Окінавській хартії глобального інформаційного суспільства ХХІ ст. [1].

Визначення глобальної мережевої економіки міститься у доповіді Європейської Комісії: «середовище, у якому будь-яка компанія або індивід, що перебувають у будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко й з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією або індивідом з приводу спільної роботи, для торгівлі, для обміну ідеями та ноу-хау або просто для задоволення» [2].

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричиняє перетворюючий вплив не тільки на рівні відносин виробництва, але, й на рівні організації економічної взаємодії господарюючих суб'єктів.

Розвиток сучасних форм підприємництва визначається нормативними документами в якості одного з пріоритетів розвитку української економіки. Для забезпечення відповідних умов здійснюються заходи з дерегуляції (зменшення керівних документів і контролюючих інстанцій) та стимулювання розвитку галузі (тимчасове звільнення підприємств ІТ-галузі від сплати податку на додану вартість та зменшення ставки податку на прибуток до 5%) [3; 4; 5].

Аналіз існуючих концептуальних підходів до визначення сутності, змісту і механізмів функціонування мережевої економіки дає підстави визначити її наступні особливості:

- система економічних відносин, що заснована на активному використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет;
- інформаційно-комунікаційні мережі стали частиною господарських процесів;
- прискорений розвиток та постійне збільшення частки у структурі національної економіки, дає підстави розглядати її місце в економічній системі на секторальному рівні;
- купуючи мережеве обладнання споживачі стають користувачами всієї мережі, цінність якої постійно збільшується;

- основні атрибути мережевої економіки: електронні ринки та гроші, що забезпечують пошук та придбання товарів;
- виробники можуть реалізовувати товар по всьому світу;
- дорого коштують лише інноваційні товари, це прискорює технічний прогрес;
- збільшується ступінь непрогнозованості результатів економічної діяльності;
- необхідні великі обсяги капітальних вкладень для підтримки інноваційності;
- посилення конкуренції призводить до зникнення малих та середніх гравців;
- мережеві ринки часто монополізуються.

Одним з елементів мережевого сектору економіки, що розвиваються найбільш динамічно є електронна комерція.

Узагальнюючи дослідження сучасних науковців можна сформулювати наступне визначення електронної комерції: взаємодія суб'єктів економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм).

Основні види електронної комерції:

- встановлення комерційних контактів та обмін інформацією у процесі ділового співробітництва;
- інформаційна підтримка товарів та послуг – реклама, надання детальних характеристик продукції, розміщення документації та відповідей на запитання споживачів;
- безпосередня купівля та продаж товарів і послуг;
- розповсюдження товарів, які можуть бути передані за допомогою електронних засобів, а також моніторинг виконання замовлень фізичних товарів;
- організація віртуальних підприємств – груп окремих спеціалістів або навіть незалежних компаній для ведення спільної комерційної діяльності;
- електронна сплата рахунків та замовлень, у тому числі за допомогою електронних платіжних систем [6].

Широке впровадження інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє прискорити процеси митного супроводу зовнішньоекономічних операцій [7].

Обсяги електронної комерції в країні постійно зростають, за оцінками фахівців компанії EVO (яка поєднує в собі роботу платформ: Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua), обсяг реалізації товарів та послуг в онлайні у 2018 р. склав 65 млрд. грн. [8]. Середньорічні темпи зростання в останні 5 років становлять біля 50%.

За оцінками спеціалістів найбільші частки у структурі електронної комерції займають одяг, електроніка, книги і побутова техніка. Велика кількість експертів вбачають у продуктовому сегменті внутрішнього ринку великий потенціал для електронної комерції [9].

Найбільші частки ринку електронної комерції належать великим мережевим гравцям: Розетка, Фокстрот, Ельдорадо, Comfy, Citrus, Фоксмаст.

Аналіз структури електронних покупців вказує на тенденцію до постійного збільшення частки користувачів смартфонів. Світовий ринок мобільних додатків постійно збільшується, динаміка останніх трьох років характеризується зростом кількості завантажень мобільних додатків на 15%, час, проведений користувачами в додатках збільшився на 25%, а лідери з розробки додатків Google Play та iOS App Store отримали на 40% більше доходів [10].

Тенденції зростання світового ринку мобільних додатків можна екстраполювати і на Україну. Виходячи з рівня проникнення смартфонів, можна прогнозувати, що кількість їх власників становитиме у 2020 р. приблизно 20 млн. осіб.

Література:

1. Окинавская Хартия глобального информационного общества от 22.07.2000 //

Дипломатический вестник. – 2000. – № 8 – С. 43-59.

2. Status Report on European Telework: Telework 1997, European Commission Report, 1997. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.eto.org.uk/twork/tw97eto.

3. Бавико О.Є. Необхідність державного регулювання підприємництва та механізми його здійснення / О.Є. Бавико // Ефективна економіка. – 2017. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.

4. Бавико О.Є. Структурно-функціональна модель правового регулювання підприємницької діяльності в Україні / О.Є. Бавико // Вісник ДонНУЕТ «Економічні науки». – 2017. – № 67. – С. 5-13.

5. Бавико О.Є. Система державного регулювання розвитку бізнесу / О.Є. Бавико // Бізнес-Навігатор. – 2017. – № 43. – С. 61-65.

6. Пиріг С.О. Платіжні системи. Навч. посіб. / С.О. Пиріг. – К.: ЦУЛ, 2008. – 240 с.

7. Бавико О.Є. Експертиза товарів як складовий елемент митного супроводу зовнішньоекономічних операцій: завдання та алгоритм здійснення / О.Є. Бавико // Вісник ДонНУЕТ. – 2018. – № 1 (68). – С. 5-13.

8. Электронная коммерция в Украине выросла до 65 млрд грн: оценка компании EVO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/2018/12/17/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-dorosla-do-65-mlrd-grn-ocenka-kompanii-evo>.

9. Бавико О.Є. Тенденції розвитку внутрішнього ринку макаронних виробів в Україні / О.Є. Бавико // Торгівля і ринок України. – 2018. – № 1(43). – С. 43-50.

10. Разработка мобильных приложений: анализ мирового рынка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/Razrabotka-mobilnih-prilojenii.html>.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Бойко І.М., аспірант

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса

Останнє десятиліття ознаменувалися різким переходом від традиційної економіки, витоки якої були ще пов'язані з промисловою революцією, до цифрової економіки. Даний перехід тягне за собою принципово інше управлінське мислення і інші швидкості прийняття рішень, нові підходи в організаційному проектуванні і в управлінні інноваційними проектами, в командній роботі і мотиваційних факторах.

Цифровізація (діджиталізація) розуміється як максимально повне розкриття потенціалу цифрових технологій через їх використання у всіх аспектах бізнесу - процесах, продуктах і сервісах, підходах до прийняття рішень. Важливо підкреслити, що для цифровізації ніколи не буде достатньо лише наявності технологій як такої. Для того щоб процес цифровізації був повноцінним, необхідні чітко сформульовані бізнес-завдання і дані.

Реалізація цифрової трансформації - непросте завдання, і лише деякі компанії здатні впоратися з нею в повній мірі. Одна з причин цього полягає в тому, що нерідко акціонери і керівники, рухомі невиправдано високими очікуваннями, зацікавлені в отриманні негайних, миттєвих результатів, а не в інвестиціях з довгостроковою перспективою. Значиму роль грає і зовнішнє середовище компанії: поточне законодавство, макроекономічний контекст, політична і соціальна обстановка. На жаль, короткостроковість горизонту планування - один з основних бар'єрів розвитку, в тому числі і для українських підприємств.

Цифрова трансформація - те, що в англійській мові та ЗМІ називають «buzzword» - стає все більше популярним виразом. За оцінками IDC, в 2018 році інвестиції у цифрову

Наукове видання

Збірник матеріалів

**II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ»**

23-24 травня 2019 року

Підписано до друку 04.06.2019 р.
Формат 90*60/16. Папір офсетний.
Об'єм 8.5 ум. друк. арк.; 10,89 обл.- видав. арк.
Замовлення №0623/1. Тираж 100 прим.

Виготовлено з готового оригінал-макету
ФОП Побута М.І.
65044, м. Одеса, пр-т Шевченка, 1-а