

**ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Матеріали
міжнародної науково-практичної
конференції**

**Стратегічні пріоритети розвитку
внутрішньої торгівлі України на
інноваційних засадах**

*Присвячується 70-ти річчю кафедри
підприємництва, торгівлі та логістики*

02-03 листопада 2017 р.

**Львів
2017**

Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах : матеріали міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б. Б.]. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2017. – 360 с.

У збірнику представлені тези доповідей, які оприлюднені на міжнародній науково-практичній конференції Львівського торговельно-економічного університету “Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах”, яка відбулася у Львівському торговельно-економічному університеті 02-03 листопада 2017 року.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів і наукових установ, аспірантів, студентів, практичних працівників і широкий читачий загал.

Програмний комітет

Гороховський І. Л.	голова правління Укркоопспілки
Микольська Н. Я.	заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України
Синютка О. М.	голова Львівської облдержадміністрації
Куцик П. О.	голова оргкомітету, професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету
Нестуля О. О.	ректор Полтавського університету економіки і торгівлі
Гєєць В. М.	директор ДУ Інституту економіки та прогнозування НАН України
Мазаракі А. А.	ректор Київського національного торговельно-економічного університету
Черевко О. І.	ректор Харківського державного університету харчування і торгівлі
Герєга Г. Ф.	голова товариства ТОВ “Епіцентр К”
Калста А.	ректор Вроцлавського економічного університету
Лебедева С. М.	ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації
Шавга Л. А.	ректор Кооперативного університету Молдови

Організаційний комітет

Барна М. Ю.	професор, перший проректор Львівського торговельно-економічного університету
Семак Б. Б.	професор, проректор з наукової роботи Львівського торговельно-економічного університету
Янчева Л. М.	перший проректор Харківського державного університету харчування та торгівлі
Коваль Л. М.	ректор Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (заступник голови)
Драбовський А. Г.	ректор Вінницького кооперативного торговельно-економічного інституту (заступник голови)
Алопій В. В.	завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету (заступник голови)
Миценко Н. Г.	завідувач кафедри економіки Львівського торговельно-економічного університету
Бачинський В. І.	завідувач кафедри бухгалтерського обліку Львівського торговельно-економічного університету
Мізюк Б. М.	завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету
Дайновський Ю. І.	завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету
Сирохман І. В.	завідувач кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів Львівського торговельно-економічного університету
Пелик Л. В.	завідувач кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів Львівського торговельно-економічного університету
Черкасова С. В.	професор кафедри фінансів, кредиту та страхування Львівського торговельно-економічного університету
Шумський О. В.	доцент кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів Львівського торговельно-економічного університету
Осінська О. Б.	доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету
Кузьма Х. В.	провідний фахівець науково-дослідної частини Львівського торговельно-економічного університету
Ясінська Л. Т.	начальник фінансово-господарської служби Львівського торговельно-економічного університету
Фінклер В. Е.	директор Видавництва Львівського торговельно-економічного університету

Матеріали друкуються в авторському поданні. Організаційний комітет не несе відповідальності за достовірність інформації, поданої в рукописах.

ISBN 978-617-602-208-4

© Колектив авторів
© Львівський торговельно-економічний університет,
2017

<i>Васильців Т. Г., Ткачук І.-М. О., Рудик С. А.</i> Пріоритети інноваційного розвитку роздрібних торговельних підприємств на внутрішньому ринку.....	52
<i>Мних О. Б., Костюк О. С.</i> Невідповідність цілей розвитку інноваційної конкурентної економіки України і векторів розвитку зовнішньої та внутрішньої торгівлі.....	53
<i>Федулова Л. І.</i> Світові мегатренди та їх вплив на інноваційний розвиток торгівлі.....	54
<i>Скрипко Т. О.</i> Тенденції суспільного розвитку та їх вплив на вітчизняну туристично-рекреаційну індустрію.....	55
<i>Аніловська Г. Я.</i> Економічна роль держави в трансформаційних процесах.....	56
<i>Блакита Г. В., Лановська Г. І.</i> Інноваційна безпека як невід’ємна складова економічної безпеки.....	57
<i>Bochulia T., Olhova P.</i> Parametrization of innovative regulation of accounting and analytical provision of managing modern enterprise.....	58
<i>Мельник І. М.</i> Фактори формування структурної трансформації сфери товарного обігу.....	59
<i>Ковтун О. І.</i> Проблеми становлення та перспективи розвитку інноваційної економіки в Україні.....	60
<i>Куцук В. І., Матійців М.-А. Я.</i> Вибір стратегічних напрямів адаптації підприємства до конкурентного середовища як інструмент удосконалення економічного механізму її забезпечення.....	63
<i>Кальницька М. А.</i> Структурно-компонентна модель системи соціального розвитку.....	64
<i>Бучко І. Є.</i> Інноваційні аспекти розвитку торгівлі в Україні.....	66
<i>Вірт М. Я.</i> Основні тенденції розвитку оптової торгівлі України за 2014-2016 роки.....	67
<i>Севрук І. М.</i> Інноваційні аспекти маркетингових стратегій міжнародних торговельних мереж в Україні.....	68
<i>Середа С. А.</i> Торгівля послугами – стратегічний пріоритет України.....	69
<i>Пугачевська К. Й.</i> Детермінанти розвитку внутрішньої торгівлі України.....	70
<i>Граур Е. К., Косничан І. Б., Баран Т. В.</i> Изменения в системе управления с целью обеспечения стабильности и устойчивости развития компании.....	71
<i>Фуйор Е. В., Сандуца Т. П.</i> Актуальные проблемы налогообложения собственности граждан в Республике Молдова.....	74
<i>Клочко В. М., Чуйко Н. В.</i> Напрями розвитку внутрішньої торгівлі України.....	75
<i>Мельник В. В.</i> Конкурентна політика держави на споживчому ринку.....	76
<i>Олексин І. І.</i> Пріоритети розвитку сфери послуг і організаційних форм їх реалізації.....	77
<i>Зуграв И. Г.</i> Методы управления несостоятельными предприятиями в условиях конкуренции.....	79
<i>Долга Г. В.</i> Регіональні аспекти розвитку внутрішньої торгівлі України.....	80
<i>Гелей С. Д.</i> Внутрішня торгівля в Галичині кінця XVIII – першої половини XIX ст.....	82
<i>Свидрук І. І.</i> Конкурентні стратегії глобалізованої економіки.....	83
<i>Шарко В. В.</i> Сучасний розвиток вітчизняного ритейлу.....	85
<i>Шиндировський І. М., Бик Ю. В.</i> Значення малого бізнесу для розвитку економіки країни.....	85
<i>Замятіна Н. В.</i> Сучасний розвиток внутрішньої торгівлі України з урахуванням загальних економічних тенденцій.....	86
<i>Бойчук І. В.</i> Адаптація маркетингової діяльності до умов інтернет-торгівлі.....	88
<i>Вдовічена О. Г.</i> Особливості застосування стратегій брендингу на ринку fmcg: обмеження та перспективи.....	89
<i>Гайванович Н. В.</i> Напрями формування ефективної системи дистрибуції.....	90
<i>Гуржій Н. М.</i> Концептуальний підхід щодо стратегічної сегментації торговельних підприємств.....	92
<i>Байбардина Т. Н., Багрянцева Е. П., Бережнова К. П.</i> Современные маркетинговые подходы к обслуживанию сельского потребителя как необходимое условие успешного функционирования розничной кооперативной торговли Республики Беларусь.....	93
<i>Гавриков А. В.</i> Основные аспекты инновационного развития Республики Беларусь.....	94
<i>Дрінь І. І., Рилєєв С. В.</i> Оцінка операційної стратегії торговельного підприємства в умовах невизначеності: теорія нечітких множин.....	95
<i>Присакар І. І.</i> Електронна комерція: інноваційний інструмент розвитку торгівлі в умовах кризи вітчизняної економіки.....	96
<i>Жуковська В. М.</i> Цифрова HR-трансформація як конкурентна перевага підприємства.....	98

регионах. В Гомельской области наиболее инновационно-активными являются организации концерна Белнефтехима, на долю которых приходится около 70% всей отгруженной продукции. Значительная часть отгруженной инновационной продукции приходится на организации обрабатывающей промышленности.

В 2016 году 30 организаций выполнили научные исследования и разработки (7% от общего числа в целом по республике), 36 организаций промышленности осуществляли технологические инновации (10,4% от общего числа в целом по республике).

Наиболее инновационно-активными являются организации Мозырского района, также активно осуществляют инновации организации г. Гомеля и Жлобинского района. Наименьшую инновационную активность проявляют организации Добрушского, Калинковичского, Наровлянского, Октябрьского, Хойникского районов.

Гомельская область имеет важное значение в инновационном развитии республики. Именно в данном регионе направляется наибольшая сумма затрат на технологические инновации.

За последние годы произошло снижение инновационной активности предприятий как в целом в республике, так и по отдельным областям. Для активных системообразующих взаимодействий участников инновационных процессов нужны также соответствующие благоприятные условия, в частности такие, как: целенаправленная государственная инновационная политика; высокий научный потенциал страны; квалифицированный инновационный менеджмент; наличие финансовых ресурсов – инновационные венчурные фонды, прямые инвестиции; союз науки, производства и бизнеса.

Список использованных источников

1. Гавриков А. Динамика инноваций в Республике Беларусь и место в ней Гомельской области [Электронный ресурс]. URL: <http://gomel-experts.org>.

2. Библиографическая ссылка: Справочные материалы официального сайта Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: belstat.gov.by.

Дрін І. І.

к.ф.-м.н., доцент,

Рилєв С. В.

к.е.н., доцент

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ОЦІНКА ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: ТЕОРІЯ НЕЧІТКИХ МНОЖИН

Кооперативний сектор у різних країнах вносить істотний вклад у вирішення багатьох проблем та завдань з якими зіштовхується світова економіка: наслідки фінансової та економічної кризи, безробіття, нерівність доходів, доступність освіти та розвиток інновацій. Вітчизняна споживча кооперація, являючись суб'єктом макро- та мікроекономіки, сприяє створенню нових робочих місць, розвитку сільських територій тощо.

Споживча кооперація, з одного боку, суспільно-масова організація, а з іншого – багатогалузева господарська система універсального типу, що забезпечує задоволення різноманітних потреб населення. Вона має у своєму розпорядженні розгалужену мережу підприємств торгівлі, ресторанного господарства, заготівлі сільськогосподарської продукції та сировини, виробляє різноманітні споживчі товари й надає послуги населенню.

З моменту проголошення незалежності України споживча кооперація зазнала суттєвих змін, перетворень та зниження ефективності фінансово-господарської діяльності, що вимагає оптимізації прийняття оперативних, тактичних та, особливо, стратегічних управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику.

Під невизначеністю будемо розуміти стан недостатньої інформованості про середовище прийняття рішень, що впливає як наслідок неефективності збору даних, так й внаслідок об'єктивної непізнаваності середовища, що не піддається впливу з боку менеджерів. Ризик – це явище, яке виникає в ситуації усвідомлюваної невизначеності після ухвалення управлінського рішення і пов'язане з потенційним негативним результатом реалізації даного рішення.

Таким чином, невизначеність, насамперед, пов'язана з недостатністю інформації, але ситуація невизначеності може мати не лише негативний результат, але й позитивний. При цьому, ми припускаємо, що ймовірність позитивного й негативного результату може відрізнятися. Існують всі передумови поділу невизначеності на позитивну та негативну. Для віднесення ситуацій, в яких розробляється операційна стратегія, до того чи іншого варіанту невизначеності необхідно виробити всі можливі варіанти наслідків, які можуть виникнути у виділених середовищах невизначеності й розглянути можливі результати та їх ймовірності. При цьому, під результатом ми розуміємо у даному випадку ступінь виконання заданих у операційній стратегії цілей.

З метою оцінки характеру невизначеності у контексті розробки операційних стратегій, запропонована методика, яка складається з чотирьох етапів:

1. Конкретизація ситуації невизначеності в об'єктивно існуючих середовищах підприємств споживчої кооперації, що мають місце при реалізації операційної стратегії.

2. Визначення групи експертів для оцінки результатів від впливу кожного ризику та невизначеності.

3. Оцінка кожної ситуації невизначеності з точки зору її результату та ймовірності виникнення (за допомогою надання експертних оцінок у вигляді нечітких чисел). Кожен експерт висловлює свою думку щодо наслідків впливу певного виду ризику на діяльність підприємства у вигляді нечіткого числа, а саме, зазначає:

- 1) нижню границю інтервалу (m_i), у якій буде знаходитись передбачуваний результат від невизначеності;
- 2) верхню границю інтервалу (n_i), у якій буде знаходитись передбачуваний результат від невизначеності;
- 3) найбільш ймовірну нижню границю інтервалу (p_i), у якій буде знаходитись передбачуваний результат;
- 4) найбільш ймовірну верхню границю інтервалу (q_i), у якій буде знаходитись передбачуваний результат;
- 5) ступінь впевненості у своїй оцінці (h_i).

Далі кожна експертна думка може бути представлена як нечітке число $A_i = (\bar{m}_i; \bar{n}_i; a_i; \beta_i; h_i)$, де $a_i = p_i - \bar{m}_i$, $\beta_i = \bar{n}_i - q_i$.

Сумарна оцінка експертних прогнозів визначається за формулою: $A_1 + A_2 + \dots + A_{n-1} + A_n = ((\sum \bar{m}_i - \sum \alpha_i + \alpha); (\sum \bar{n}_i + \sum \beta_i - \beta); \alpha; \beta; h)$, де $\alpha = h^* \sum \alpha_i / h_i$, $\beta = h^* \sum \beta_i / h_i$, $h = \min \{h_i\}$.

Результативна оцінка знаходиться як середнє арифметичне від думки експертів: $\sum A_i / k$, де k – кількість експертів, що приймають участь у опитуванні.

Розрахунок середньої величини результату (P) за всіма видами ризику (невизначеності):

$$P = \sum_{j=1}^t h_j * R_j, \quad (1)$$

де h_i – ступінь впевненості групи експертів по j -му фактору невизначеності;

R_j – результативна оцінка групи експертів по j -му фактору невизначеності;

t – кількість експертів.

Розгляд питань, які стосуються формування, реалізації та оцінки операційної стратегії торговельних підприємств системи споживчої кооперації, дав змогу зробити наступні висновки:

1. Формування та реалізація виробничої стратегії у значній мірі залежить від стадії життєвого циклу підприємства, обумовлена діями факторами зовнішнього та внутрішнього середовища, спрямована на досягнення конкурентних переваг тощо.

2. Вибору та розробці операційної стратегії передувє процес алгоритмізації та моделювання, у яких важливого значення набуває структуризація стратегій розвитку у розрізі: організації управління, торговельно-складських площ та виробничих потужностей й технологій, персоналу, інфраструктури. При цьому, кожна із зазначених складових операційної стратегії повинна бути узгоджена з іншими функціональними стратегіями.

3. Вибір, формування та реалізація операційної стратегії підприємства системи споживчої кооперації здійснюється з урахуванням умов невизначеності та ризику. При цьому, оцінка невизначеності (ризик) у вітчизняній практиці здійснюється, як правило, на основі суб'єктивних думок (прогнозів) менеджерів вищих рівнів – експертних оцінок. Прогноз – справа невдячна, але перспективна.

Список використаних джерел

1. Аришинов Г. А. Математическое моделирование отношений партнеров в современных формах интеграции сельскохозяйственных товаропроизводителей и перерабатывающих предприятий [Электронный ресурс] / Г. А. Аришинов, В. И. Лойко // Науч. ж-л Кубан. гос. аграр. у-та. – 2017. – №130(06). – Режим доступа : <http://ej.kubagro.ru/2017/06/pdf/83.pdf>.
2. Криворучко О. С. Методичний підхід до оцінювання ефективності конкурентної стратегії торговельних підприємств споживчої кооперації / О. С. Криворучко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – Вип. 2(2). – С. 81-88.
3. Нилюва Е. Е. Методы экономико-математического моделирования, применяемые в процессе анализа экономического потенциала потребительской кооперации // Развитие бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях международной экономической интеграции: теория, методология, методики : сб. науч. стат. межд. науч.-прак. конф., Гомель, 15-16 октября 2015 г. : в 2-х ч. / Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации ; под ред. А. З. Коробкина. - Гомель, 2015. – Ч. 2. - С. 143-148.
4. Педченко Н. С. Гармонізація управління процесом формування потенціалу розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації на основі методу таксономії / Н. С. Педченко // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. – № 8. – С. 11-17.
5. Салмина О. И. Операционная стратегия промышленного предприятия в условиях неопределенности и риска : дис. канд. эконом. наук. : 08.00.05 / Салмина Ольга Ивановна. – Белгород, 2013. – 221 с.

Присакар І. І.

к.е.н., старший викладач

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ КРИЗИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Деструктивні процеси вітчизняної економіки в умовах кризи все більше негативно впливають на стабільність ведення господарської діяльності суб'єктами господарювання. З огляду на це значущим стає пошук нових інструментів розвитку бізнесу, які з одного боку, змогли би забезпечити стабільне зростання продажів; а з іншого – допомогли би нівелювати негативний вплив факторів зовнішнього середовища. Активний розвиток новітніх інформаційних систем і технологій спровокував формування нового виду економічної діяльності в Україні, – електронної комерції, яка дозволяє раціоналізувати ділові процеси, підвищити їх продуктивність та ефективність з використанням основних переваг та можливостей інформаційних технологій.

Дослідженню поняття “електронна комерція” (ЕК) присвячені наукові розробки низки вітчизняних та зарубіжних вчених різних економічних напрямів. Зокрема, В. Плєскач трактує електронну комерцію як форму торгівлі товарами та послугами за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що включає всі фінансові та торгові трансакції, які проводяться за допомогою ІКТ, та бізнес процеси, пов'язані з проведенням таких трансакцій [2, с.16]. Згідно позиції А. Суммера, електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій [3, с. 17]. Таким чином, електронна комерція – це своєрідна комерційна взаємодія суб'єктів ринку з приводу купівлі/продажу товарів та/або послуг, ядром якої є інформаційні технології.