

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ  
ЧЕРНІВЕЦЬКА МІСЬКА РАДА  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ  
БЕЛЬЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. АЛЕКУ РУССО (М.БЕЛЬЦІ, МОЛДОВА)  
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ШТЕФАНА ЧЕЛ МАРЕ (М. СУЧАВА, РУМУНІЯ)  
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
(М.БРАТИСЛАВА, СЛОВАЧЧИНА)  
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА УНІВЕРСИТЕТУ "UNION-NIKOLA TESLA"  
(М. БЕЛГРАД, СЕРБІЯ)  
БІЛОРУСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СПОЖИВЧОЇ  
КООПЕРАЦІЇ (М. ГОМЕЛЬ, БІЛОРУСЬ)  
ВІТЕБСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
(М. ВІТЕБСЬК, БІЛОРУСЬ)

## **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці  
14 травня 2019 року**

**Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу у прикордонних регіонах: матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, м. Чернівці, 14 травня 2019 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. – 224 с.**

В сучасних умовах глобальної соціально-економічної згуртованості, яка проводиться більшістю європейських країн, Україна, підтримуючи розвиток малого і середнього бізнесу, має всі шанси долучитись до перспектив та можливостей такого розвитку, використовуючи його потенціал для підвищення конкурентних позицій як держави загалом, так і прикордонних регіонів, зокрема.

Малий і середній бізнес забезпечує гнучкість та стійкість економіки країни, його продукція та послуги задовольняє потреби широкого кола споживачів, крім того виконує важливу соціальну функцію, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерелом доходу для багатьох прошарків населення.

У збірнику розглянуто актуальні питання, що стосуються стану та перспектив, фінансово-економічних стимулів розвитку малого і середнього бізнесу в умовах транскордонного співробітництва, використання досвіду розвитку такого бізнесу у країнах ЄС, обліково-аналітичного та маркетингового інструментарію забезпечення управління малими і середніми підприємствами різних сфер діяльності у прикордонних регіонах, використання ними Інтернет-технологій та необхідності вивчення іноземних мов як засобу посилення транскордонного співробітництва.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться даною тематикою.

**Відповідальні за випуск:** *Л.В.Гут;*  
*В.В.Вудвуд*

**Комп'ютерний дизайн і макетування:** *С.О.Галамашевич;*

**Коректор:** *Н.С.Савельєва*

Роботи публікуються в авторській редакції

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

<b>Полянко Галина</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РЕВЕНЮ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	169
<b>Руських Стефанія</b> ВЕДЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ	171
<b>Солодка Ольга</b> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЦЕНТРИ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ УКРАЇНИ	174
<b>Чичун Валентина</b> ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ	178

*ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО  
ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО  
БІЗНЕСУ ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ*

---

<b>Гищук Роман, Крецький Олександр</b> СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	181
<b>Мельниченко Олександр</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАНІВ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ	183
<b>Нестерчук Інна</b> ЕТНІЧНЕ НАВАНТАЖЕННЯ ЇЖИ ЯК СТІЙКОЇ КОМПОНЕНТИ КУЛЬТУРИ ТА КАРКАСУ У СФЕРІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	187
<b>Скляр Георгій</b> ПІДПРИЄМНИЦТВО МУЗЕЇВ ПРИКОРДОННИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ КУЛЬТУРНОГО ДОСВІДУ В ТУРИЗМІ	190

*ПРОБЛЕМИ ТА ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У  
СФЕРІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА*

---

<b>Koroliuk Yurii, Arkhyrova Kateryna</b> E-TRADE PLATFORMS OF A SMALL INTERNATIONAL BUSINESS	193
<b>Березюк-Рибак Ірина</b> ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ СЕКТОРУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	195
<b>Бурачек Віктор</b> ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗАННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКИХ ЗАДАЧ ПІДПРИЄМСТВА	198
<b>Галочкіна Олена, Галочкін Олександр</b> ІНДИВІДУАЛЬНА РОЗРОБКА ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	201

**Валентина Чичун**, к.е.н., доцент,  
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
м. Чернівці

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СЕРЕДЬНОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ**

В умовах нестабільності та складності ринкової ситуації, зростаючої конкуренції, змін в законодавстві, досягти успіху в підприємницькій діяльності зможуть лише ті підприємства, які мають певну місію, організаційну культуру, творчий підхід до вирішення проблем. Керівники таких підприємств повинні мати стратегічне мислення, приймати обґрунтовані стратегічні управлінські рішення. Відповідно мають, з одного боку, вплив на економічні, демографічні, політичні, наукові складові. Підприємство, що працює на ринку, при цьому враховує технічні, екологічні та культурні чинники, його ефективність залежить в основному від постачальників, посередників, поведінки споживачів, дій конкурентів, дій контактної аудиторії. Однієї і тієї ж цілі можна досягати різними способами та методами.

Стратегія є генеральною складовою діяльності малих та середніх підприємств у бізнес-середовищі, в основі якої лежить визначення основних, довгострокових цілей і завдань, розробка напрямів, визначення ресурсів для досягнення цілей та порядок їх використання. Тому стратегічні напрями розглядають як складову стратегії, яка розкриває шляхи досягнення цілей. Але перш ніж визначитись із шляхом, необхідно мати чітке бачення бажаних результатів діяльності підприємства, тому що тільки такий підхід дасть змогу обрати найдоцільніший напрям [1].

Виділяють два основних напрями розвитку стратегічного менеджменту для підприємства: регулярне стратегічне управління і стратегічне управління в реальному масштабі часу.

Регулярне стратегічне управління – це логічний розвиток стратегічного планування. Складається з двох взаємодоповнюючих підсистем: аналізу і планування стратегії, реалізації стратегії.

Стратегічне управління в реальному масштабі часу пов'язано з вирішенням стратегічних завдань, які з'являються несподівано. Воно виникає і розвивається в тих галузях, де зміни в зовнішньому оточенні проходять надто швидко і є непередбачуваними, що вимагає термінової адекватної реакції, а саме підприємство просто не має часу на перегляд своєї стратегії. Ця система стратегічного управління передбачає наступні

методи вирішення проблеми: примусовий, адаптивний, кризовий, управління опору [2, с. 123-124].

У сучасних умовах швидкого прогресу та зміни використання стандартних технологій призведе лише до повторення успіху компаній-лідерів, які вже існують на ринку. Підприємствам малого та середнього бізнесу необхідна для завоювання споживачів та розширення впливу унікальна стратегія, яка міститиме в собі те, чого немає у конкурентів.

Вивчення європейського і вітчизняного досвіду стратегічної діяльності підприємства показує, що:

- у наші дні як у підприємства, що діє відповідно до визначеної стратегії, так і у підприємства, що не має стратегії, шанси вижити практично рівні;

- у сучасному мінливому зовнішньому оточенні парадигма стратегічного управління сама по собі не є панацеєю і не гарантує успішного розвитку підприємства, хоча і вносить в управління підприємством певну доцільність;

- на підприємствах, що не мають чітко сформульованої стратегії функціонування, розширення діяльності має еволюційний характер, тоді як на підприємствах, керованих відповідно до стратегічного плану, такий розвиток відбувається революційно;

- успіх супроводжує ті підприємства, чії стратегії націлені на активне використання їхнього внутрішнього потенціалу для зміни зовнішнього оточення, а не простого пристосування до нього.

Головним питанням управління діяльністю підприємства малого та середнього бізнесу є рівновага між змінами і стабільністю. У покращенні роботи підприємства важливу роль відіграє швидкість змін. Вона визначається керівництвом, суб'єктивно та самостійно. Сучасний економічний стан України характеризується мінливістю бізнес-систем та високим впливом політичних чинників, стрімким підвищенням рівня конкуренції, що зумовлює використання нових методів управління підприємствами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кредісов А. Стратегічний менеджмент на початку XXI ст.: зміна парадигми / А. Кредісов, Б. Літовченко // Економіка України. – 2011. – № 2. – С. 28–37.
2. Wood Robin (2000). Managing complexity. Economist in association with Profile Books, London.
3. Dave Logan, Halee Fischer-Wright (2009). Micro strategies: The key to successful planning in uncertain times. Leader to Leader, № 54, p. 45-52.

**Valentyna Chychun, PhD**

Chernivtsi Institute of Trade and Economics of KNUTE, Chernivtsi

### **FEATURES OF STRATEGIC ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**

*In the past, many companies successfully operated, focusing mainly on daily work, on internal problems related to increasing the efficiency of the use of resources in the ongoing activities. Nowadays, it is extremely important to implement such a management that ensures the adaptation of small and medium-sized enterprises to a rapidly changing environment. The practice of small and medium-sized businesses has shown that there is no single strategy for all enterprises, as there is no single universal strategic management. Each company is special in its own way, and the process of developing a strategy for it is special. Because it depends on the position of the company in the market, the dynamics of its development, the potential, the behavior of competitors, characteristics of the product produced services, the state of the economy, the cultural environment and many other things.*