

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС:

СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

ХІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(М. ПОЛТАВА, 27-28 КВІТНЯ 2023 РОКУ)



ПОЛТАВА
2023

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

**Полтава
ПУЕТ
2023**

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д-р іст. наук, професор, ректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);

А. С. Ткаченко, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, директор навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. І. Місюкевич, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

Ю. В. Іванов, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

О. М. Михайленко, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. В. Лісіца, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ.

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації :
M52 матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 293 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-451-2

У матеріалах XIII міжнародної інтернет-конференції розглянуто актуальні проблеми розвитку мережевого бізнесу в Україні та зарубіжних країнах в умовах глобальних економічних змін.

Наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку торговельної сфери й інших видів економічної діяльності, трансформаційних процесів у споживчій кооперації, структурних змін ринку під впливом мережевих операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу і торгівлі та проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості та конкурентоспроможності товарів у глобальній економіці.

УДК 339:004.738.5(063)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кравчук О. І., Варіс І. О., Кир'янова О. В. Управління цифровими комунікаціями у віртуальних командах. Improving living standards in a globalized world: opportunities and challenges : monograph / ред.: Т. Nestorenko, Т. Pokusa. Opole, 2021. С. 494–505. URL: https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2020/05/2021_10_2.pdf.
2. <https://www.konicaminolta.ua/uk-ua/rethink-work/new-work/managing-virtual-teams-successfully>.
3. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Групова динаміка та комунікації. Навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2018. 223 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1657_31254416.pdf.
4. Carstens D. S., Richardson G., Smith R. B. Project management tools and techniques. CRC Press, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1201/b14740>.

*Н. О. Брусов, аспірант
ПУЕТ, м. Полтава*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ, ВИКЛИКАНИХ ВІЙНОЮ

У сучасних кризових умовах, робота торговельного підприємства залежна від нових політичних чинників – втрата виробників та ринків збуту на території Російської Федерації.

Фактично такі економічні зв'язки були повністю перервані із початком збройної агресії. Тому для торговельних підприємств, які мали такі зв'язки не залишається альтернативи, як оперативно перебудовуватися, шукаючи нових виробників, посередників та нові ринки збуту.

Для торговельних підприємств, які не співпрацювали із Росією, ці зміни, означають ту ж саму необхідність перегляду власної стратегії діяльності, оскільки умови змінилися та проводжують змінюватися у режимі реального часу.

Сучасні нові друковані видання охоплюють проблематику роботи вітчизняних торговельних підприємств після подій 2013–2014 року. У своїх працях Литвин О. Є. [1], Сокур С. П. [3], Рибаківа Т. О. [2], Шуміло О. С. [4] розглядають потенційну

необхідність адаптації роботи підприємств, не опираючись лише на постачальників та ринки Російської Федерації, а також Європейський Союз, Азія, Африка та Латинська Америка. Крім того розглядаються сучасні політико-економічні умови такої співпраці, окреслюється коло впливу та взаємовпливу.

Торгівля є однією з найбільших галузей економіки нашої країни. Її діяльність пов'язана із задоволенням потреб кожної людини, шляхом створення зв'язку між виробником та споживачем. Діяльність торговельного підприємства залежить від впливу багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів, оперативне реагування на які, разом із стратегічним планом, складає управління торговельним підприємством.

Обраний спосіб такого управління, як сукупність взаємопов'язаних методів, прямо впливає на ефективність роботи торговельного підприємства, бути стійким до різноманітних викликів, на його конкурентоздатність, спроможність отримувати прибуток та розвиватись.

Не лише швидкість реагування, але й зваженість та прорахованість кожного кроку в реалізації нової стратегії, яку безумовно можна віднести до кризової, враховуючи економічні умови, – ключ до успішної перебудови такого підприємства, а отже – і до його виживання у стані різких змін умов роботи.

Нова стратегія стосується і тих торговельних підприємств, які мали виробників, посередників та ринки збуту, не пов'язані із країною-агресором, оскільки політичні та економічні умови у світі із початком війни в Україні різко змінилися: почалась економічна криза, яка не переросла в глобальну, проте за масштабами вона охопила чимало взаємопов'язаних галузей.

Національні доходи країн зменшилися. Виробники потерпають кризу через різке підвищення цін на енергоносії. Попит на продукцію, у зв'язку із зниженням доходів та підвищення цін на комунальні послуги та продукти, почав падати. Як відповідь, багато країн ввели протекціоністські обмеження, щоб захистити власні ринки, а виробники – підвищили ціни, щоб утриматися на ринку.

У таких умовах процес управління має такий вигляд:

- ідентифікація поточних та можливих проблем;
- аналіз і визначення меж кожної проблеми;
- планування із урахуванням дій зовнішніх факторів;
- складання програми дій із встановленими чіткими часовими проміжками;
- реалізацію програми дій та поетапної оцінки результатів її виконання.

Торгівельним підприємствам необхідно для забезпечення ефективності, гнучкості та стабільності фінансової системи, оперативно реагувати на зміну умов праці та виробити нову стратегію. Своєчасна реакція на існуючі виклики та запобігання потраплянню у складні фінансово-економічні умови, – ключ до виживання та збереження конкурентоздатності та прибутковості торговельного підприємства в кризових умовах. Враховуючи, що стан війни в Україні є економічною загрозою високого рівня із таким же високим ступенем невизначеності, необхідно своєчасно перекривати увесь діапазон загроз, що виникає і може виникнути у перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Литвин О. Є. Перспективи розвитку та проблеми експортно-імпортової діяльності українських підприємств / О. Є. Литвин, Е. В. Сергієнко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2019. – № 10. – С. 18–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2019_10_4.
2. Рибаківа Т. О. Зовнішньоторговельні відносини між Україною та Європейським Союзом в рамках створення зони вільної торгівлі / Т. О. Рибаківа // Економічний вісник університету. – 2017. – Вип. 32(1). – С. 185–193. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2017_32%281%29__27.
3. Сокур С. П. Єврокомісія та лобістська діяльність в ЄС / С. П. Сокур // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 118(1). – С. 90–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2014_118%281%29__11.
4. Шуміло О. С. Динаміка сучасного розвитку підприємств роздрібної торгівлі в Україні / О. С. Шуміло // Бізнес Інформ. – 2014. – № 11. – С. 171–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_30.

Балабан П. Ю., Балабан М. П., Новохатка А. М. Оптова торгівля споживчої кооперації: історичні аспекти розвитку. Перший етап	95
Дроботя Я. А., Пархоменко Р. М., Аранчій Д. С. Діяльність кредитних спілок в умовах викликів війни.....	99
Лісіца В. В., Рудич Ю. В. Стан та тенденції розвитку ринку праці у мережевому ритейлі за умов воєнного стану.....	102

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Барибіна Я. О. Комунікації в управлінні віртуальними командами.....	106
Брусов Н. О. Актуальні проблеми менеджменту торговельних підприємств в умовах кризи та невизначеності, викликаних війною.....	108
Верезомський Д. Р., Яценко О. О. Оборонний кризовий менеджмент як метод управління підприємством в умовах війни	111
Власенко В. А., Коваль Є. Д. Розробка ефективної організаційної структури управління підприємством в умовах трансформації національної економіки	113
Власенко В. А., Онищенко В. О. Особливості формування системи організаційно-розпорядчих методів управління підприємством в умовах діджиталізації.....	116
Власенко В. А., Ткаченко О. І. Реалізація ефективної системи психологічних методів управління підприємством в умовах трансформаційних змін.....	120

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 17.
Зам. № 300/2012.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.