

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС:

СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

XIV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(М. ПОЛТАВА, 27-28 БЕРЕЗНЯ 2024 РОКУ)



ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**XIV міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 27–28 березня 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2024**

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

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали XIV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 березня 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 202 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-466-6

У матеріалах XIV 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 і перспектив подальшого розвитку торговельної сфери та інших видів економічної діяльності, трансформаційних процесів у споживчій кооперації, структурних змін ринку під впливом мережевих операторів, проблем маркетингу і менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу і торгівлі та проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості і 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.

POLTAVA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE (PUET)

NETWORK BUSINESS: FORMATION, PROBLEMS, INNOVATIONS

MATERIALS

XIV International Scientific and Practical
internet conference

(Poltava, March 27–28, 2024)

**Poltava
PUET
2024**

Network business: formation, problems, innovations : materials
XIV International Scientific and Practical internet conference
(Poltava, March 27–28, 2024). – Poltava : PUET, 2024. – 202 p.

ISBN 978-966-184-466-6

The materials of the XIV International Internet Conference consider the topical problems of network business development in Ukraine and foreign countries in the conditions of global economic changes are ed.

The authors' studies are aimed at clarifying the current state and prospects for further development of trade and other economic activities, transformation processes in consumer cooperation, structural changes in the market under the influence of network operators, marketing and management of commercial enterprises, identifying aspects of innovative network business and trade development. There were studied the issues of trade specialists training, quality and competitiveness of goods in the global economy.

*Materials are printed in the author's editorial office in the languages of the originals.
The authors are responsible for the presentation, content and authenticity of the materials.
Distribution and reproduction without the official permission of PUET is prohibited.*

СПІВОРГАНІЗАТОРИ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Міністерство освіти і науки України

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

**Карагандинський університет Казспоживспілки
(Республіка Казахстан)**

**Таджицький державний університет комерції
(Республіка Таджикистан)**

**Університет національного та світового господарства
(Республіка Болгарія)**

**Кооперативно-торговий університет Молдови
(Республіка Молдова)**

діяльності підприємства у цілому. В умовах діджиталізації система управління ризиками дозволяє ідентифікувати, оцінити та відпрацювати сценарії реагування за допомогою створення віртуальних моделей виробничих об'єктів та бізнес-процесів. Це, у свою чергу, сприятиме відсутності непередбачуваних витрат та надасть більшої варіативності управлінському персоналу при прийнятті стратегічних рішень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2006. 312 с.
2. Маркіна І. А., Біловол Р. І., Власенко В. А. Менеджмент організації : навч. посіб. Київ : Центр учбової л-ри, 2013. 248 с.
3. Методичний посібник щодо аспектів управління ризиками, як складової системи внутрішнього контролю у розпорядника бюджетних коштів / Міністерство фінансів України. Київ : [б.в.], 2022. 22 с. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/дод_%203%20Методичний%20посібник%20щодо%20аспектів%20управління%20ризиками.pdf (дата звернення: 21.02.2024).

В. А. Власенко, канд. екон. наук, доцент;
В. О. Малаштан, здобувач вищої освіти
ПУЕТ, м. Полтава

НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ПЕРІОД

Формування засадничих положень соціально орієнтованої національної економіки в умовах глобальних конфліктів і протиріч призводить до необхідності перегляду соціальної політики у контексті гуманізації праці. Не є виключенням і вирішення соціальних питань розвитку трудового колективу підприємств на мікрорівні, що передбачає розробку дієвої системи соціальних методів управління підприємствами та засобів підтримки соціального розвитку співробітників. З цих підстав саме соціальні аспекти розвитку підприємств як цілісних соціально-економічних систем у перспективі стануть підґрунтям відродження діяльності кожного суб'єкту ринку.

Актуальність дослідження полягає у визначенні ролі трудового колективу у процесі управління підприємствами та забезпечення належного рівня його згуртованості з метою досягнення цілей і завдань соціально-економічного розвитку. Це призводить до необхідності формування ефективної системи соціальних методів управління підприємством.

Метою дослідження є обґрунтування перспективних напрямів реалізації системи соціальних методів управління підприємствами в умовах стратегічних змін.

З метою забезпечення реального переходу від адміністративних до економічних методів управління на підприємствах застосовуються соціальні методи управління. Рациональне поєднання між собою комплексу методів управління сприятиме успішній реалізації функцій та елементів процесу управління на підприємствах різних сфер господарювання.

Науковці наголошують на тому, що соціальні методи управління підприємством являють собою систему важелів і засобів впливу на соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, на трудову та соціальну активність працівників [3, с. 9].

Соціальні методи управління (соціальний вплив) – це сукупність способів формування впливу на розвиток колективу та соціальних процесів всередині підприємства [4, с. 122].

Соціальні методи управління відіграють важливу роль в управлінні трудовим колективом, оскільки вони дозволяють встановити призначення та місце співробітників у колективі, виявити неформальних лідерів і забезпечити їхню підтримку, поєднати мотивацію людей з кінцевими результатами роботи підприємства, забезпечити ефективні комунікації та попередити виникнення конфліктних ситуацій у діяльності колективу.

Основна мета соціальних методів управління – сприяти формуванню та розвитку високопродуктивного трудового колективу підприємства шляхом управління свідомістю і поведінкою людей через інтереси, мотиви, потреби, цілі тощо.

До системи соціальних методів управління підприємством (соціологічних методів управління) належать: соціальне планування, соціологічні дослідження, оцінка особистісних якостей,

мораль, партнерство або єдність колективу, змагання (конкуренція), управління конфліктними ситуаціями [1, с. 188].

До соціальних методів управління підприємством відносять:

1) методи соціального регулювання – це критика і самокритика, соціальне планування, звичаї і традиції, обмін досвідом;

2) методи соціального нормування – це правила внутрішнього трудового розпорядку, статuti громадських організацій, правила службової етики та етикету, кодекси честі, форми дисциплінарного впливу;

3) методи морального стимулювання – це оголошення подяк, нагородження ордерами і медалями, присвоєння почесних звань, надання додаткових соціальних благ (додаткові відпустки, турпутівки, санаторно-оздоровче лікування тощо) [5, с. 179–180].

Разом з тим, деякі дослідники виокремлюють наступні групи соціальних методів управління підприємствами (методів соціального впливу):

1. Методи управління окремими груповими явищами і процесами – включають методи управління нормативною поведінкою, методи соціального регулювання та методи управління соціальною активністю.

2. Методи управління індивідуально-особистісною поведінкою людини – включають метод орієнтуючих умов, метод особистого прикладу та метод переконання [2, с. 9, 120].

Необхідно наголосити на тому, що практичне застосування соціальних методів управління на підприємствах дозволяє розкрити широкий арсенал засобів та важелів впливу на працівників, що відпрацьовані наукою менеджменту, психологією, соціологією, педагогікою та іншими науками.

На думку авторів, прикладне застосування системи соціальних методів управління підприємствами сфери бізнесу в умовах ринкових трансформацій має реалізуватися за напрямками:

1) планування соціального розвитку (покращення умов праці, побуту, відпочинку);

2) розвитку трудової та соціальної активності трудового колективу (соціальні заохочення інтересів, обмін досвідом, путівки тощо);

3) стимулювання ініціативи (повноваження виступати від імені колективу підприємства на конференціях, входження до складу комісій та комітетів, публічна похвала, клопотання про нагороди, публічна видача грамот, подяка із занесенням до трудової книжки, рекомендації для виступу по радіо, у пресі, на телебаченні).

Використання системи соціальних методів управління підприємствами має передбачати розробку ретельних планів соціального розвитку працівників, у яких відображатимуться елементи соціалізації особистості у життя трудового колективу для підвищення рівня його згуртованості. Це сприятиме зменшенню непередбачених конфліктів між співробітниками та підвищенню лояльності персоналу до підприємства.

Таким чином, впровадження ефективної системи соціальних методів управління підприємством сприятиме переосмисленню внутрішніх бізнес-процесів у напрямі формування дієвих стимулів до високопродуктивної праці. Саме тому особливий інтерес викликає практика раціонального поєднання у єдиній системі різних груп соціальних та психологічних методів управління, що дозволить підвищити ефективність діяльності як кожного трудового колективу, так і підприємства в цілому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гончаренко М. Л. Особливості ідентифікації та використання методів управління персоналом організації. Інноваційна економіка. 2013. Вип. 2. С. 186–189.
2. Маркіна І. А., Біловол Р. І., Власенко В. А. Менеджмент організації : навч. посіб. Київ : Центр учбової л-ри, 2013. 248 с.
3. Михайленко Д. Г. Розвиток соціально-психологічних методів управління персоналом : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2011. 21 с.
4. Харун О. А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. Вип. 10. Ч. 2. С. 121–125.

5. Харченко Г. А., Боровий Ю. М. Особливості соціально-психологічних методів в управлінні підприємством. Вісник НТУ «ХПІ». Серія : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. Харків : НТУ «ХПІ». 2013. № 53 (1026). С. 178–181.

*Т. О. Гусаковська, канд. екон. наук, доцент;
О. О. Середа, аспірант
ПУЕТ, м. Полтава*

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

Економічний потенціал підприємства є складовою загального потенціалу та визначає майбутні перспективи його економічного розвитку. Активні дослідження потенціалу підприємства припадають на початок ХХ ст. Зокрема, Й. Шумпетер у дослідженні «Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу» відзначає, що однією зі складових потенціалу підприємства є креативність та інновативність [1, 2].

Процес формування потенціалу підприємства є одним зі стратегічних напрямів його діяльності. При цьому його формування передбачає створення та організацію системи ресурсів і можливостей підприємства таким чином, щоб результат їх взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних та оперативних цілей [1].

Під економічним потенціалом науковці розуміють «сукупність наявних ресурсів та можливостей їх трансформувати, щоб досягти економічних вигід» [5], а також «сукупну здатність наявних економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого обсягу матеріальних благ і послуг, що відповідають проблемам суспільства» [4, 7, 8].

Серед складових економічного потенціалу виділяють виробничий, фінансовий, трудовий, інформаційний, управлінський, організаційний, екологічний, матеріально-технічний, інноваційний та ресурсний потенціали.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Д. І. Безрук

Трансформація бізнес-процесів ТОВ «Епіцентр К»
в умовах діджиталізації економіки України 6

С. С. Жердієва, М. Г. Словка

Ринок продовольчої продукції в умовах воєнного стану 9

Л. М. Жукова

Конкурентне середовище як сфера реалізації інституційного
статусу держави в умовах кризових явищ 11

Ю. В. Колошко

Екологічні виклики та сталий розвиток в
контексті внутрішньої торгівлі 15

Kostov I.

Some considerations in using the
return-on-investment ratios in financial analysis..... 16

K. M. Kraus

The digital gap in the development of some
countries and Ukraine on the world economic map 20

К. М. Кузьминський, С. А. Мехович, П. Г. Перерва

Забезпечення якості продукції в умовах глобалізації 23

М. М. Marinshoev

Development of retail trade in the conditions of green economy 27

С. А. Мехович, О. М. Синіговець, П. Г. Перерва

Дослідження конкурентоспроможності
продукції в умовах глобалізації 31

Mihaylova-Borisova G.

Household loan dynamics in Bulgaria
before and after the Covid-19 crisis 35

П. Ю. Балабан, М. П. Балабан, С. Пасічніченко Історичні аспекти розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації: другий етап.....	70
---	----

V. V. Lisitsa, N. S. Rudenko Driving factors, advantages and problems of implementing the goals of sustainable development in network retailing.....	75
---	----

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Т. М. Вейдер, В. А. Мухін Актуальні проблеми екологічного менеджменту торговельних підприємств.....	79
--	----

В. А. Власенко, В. С. Дунець Процедура управління ризиками господарської діяльності підприємств в умовах діджиталізації бізнес-процесів	82
--	----

В. А. Власенко, В. О. Малаштан Напрями реалізації ефективної системи соціальних методів управління підприємствами у трансформаційний період	85
--	----

Т. О. Гусаковська, О. О. Серeda Економічний потенціал підприємства: сутність та структура	89
--	----

Л. В. Дробиш, Ю. В. Карпенко Якість управління персоналом туристичних підприємств як чинник їх конкурентних переваг на туристичному ринку	91
--	----

Є. С. Мехович, К. С. Мехович, П. Г. Перерва Особливості економічної діяльності оптових торговельних підприємств в мережевих структурах	95
---	----

J. S. Niyozov Simulation modeling of the placement of retail facilities.....	99
--	----

Л. А. Рибалко-Рак, Н. Л. Кужель, О. Є. Жалій Профілактика конфліктних ситуацій у системі управління ТОВ «Нова пошта»	103
---	-----

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

XIV Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 27–28 березня 2024 року)

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

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 11,7.
Зам. № 335/2112.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.