



**ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**учасників Вісімнадцятої
науково-практичної конференції студентів
закладів вищої та фахової передвищої освіти
Укркоопспілки**

**«Інноваційні процеси
і їх вплив на ефективність
діяльності підприємства»**

Частина 2

**Укоопосвіта
2021**

3. Хорева Л. В. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации / Л. В. Хорева, Ю. Г. Трабская, Е. М. Зеленская [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-brending-kak-innovatsionnaya-tehnologiya-prodvizheniya-turistskoj-destinatsii/viewer>

4. Кузьмина К. А. Брендинг территорий и брендинг дестинаций: общее и особенное. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение / К. А. Кузьмина, М. В. Матецкая. – СПб. : Изд-во Левша, 2014. – С. 6–23.

5. Freire J., Gertner R. The relevance of food for the development of a destination brand. Place Branding and Public Diplomacy. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/340401950_The_relevance_of_food_for_the_development_of_a_destination_brand

6. Кабачинська С. Що це: чорне, лискуче, смачне й пахуче? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zn.ua/ukr/SOCIUM/scho_tse_chorne,_liskuche,_smachne_y_pahuche_.html

7. «Зінківська ковбаса» з Хмельниччини занесена до енциклопедії гастрошпацини України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media/81098-zinkivska-kovbasa-z-hmelniccini-zanesena-do-enciklopedii-gastrospadisini-ukraini/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Бакум Аміна

Стрелець В. Ю. – науковий керівник, к.е.н

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі окреслено необхідність діджиталізації підприємств споживчої кооперації як інструменту досягнення їхньої ефективності в сучасних умовах.

Ключові слова: діджиталізація, конкурентоспроможність, цифрова трансформація, удосконалення бізнес-процесів, споживча кооперація.

Постановка проблеми. Сучасні технології постійно розвиваються та вдосконалюються, інтегруючись у всі процеси людської діяльності, у тому числі й бізнес. Чимало підприємств працює над стратегіями та способами діджиталізації, щоб утримуватись на найвищих позиціях у своїй галузі. Кризові явища, спричинені карантинними обмеженнями внаслідок пандемії коронавірусу, актуалізували потребу діджиталізації у сфері торгівлі і послуг. Ця потреба видається особливо важливою для споживчої кооперації України, лєвова частка підприємств якої припадає на торгівлю та готельно-ресторанний бізнес (понад 14 тис. кооперативних магазинів, близько 3 тис. закладів ресторанного господарства тощо). Упровадження інноваційних технологій, зокрема цифрових, вимагає часу й ресурсів, але може стати конкурентною перевагою підприємства, виявитися корисним його працівникам і клієнтам.

Аналіз основних досліджень. Питання щодо ролі діджиталізації в розвитку бізнесу за рахунок експериментів із новими технологіями вже неодноразово опинялося в полі зору вчених. Слід виокремити дослідження І. Л. Ковальова [1], А. І. Метляєвої [2], С. І. Туль [3], Н. С. Педченко, В. Ю. Стрілець, Н. В. Руденко [5]. У своїх працях науковці в загальних рисах розглянули діджиталізацію як інтеграцію цифрових технологій у всі сфери бізнесу, яка призводить до фундаментальних змін у діяльності компаній.

Метою цієї наукової роботи є встановлення позитивних акцентів інтеграції діджиталізації в управління бізнес-процесами підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Останні тенденції у сфері бізнесу, технологій і маркетингу роблять неминучим початок процесу діджиталізації для підприємств, що означає впровадження цифрових рішень у системи компанії. Вона важлива, оскільки дозволяє організаціям адаптуватися до перманентних змін і помітно вдосконалювати методи своєї роботи.

Реорганізація процесів усередині і зовні у зв'язку з цифровою трансформацією підприємства може принести вигоди підприємствам споживчої кооперації, які ми сформулювали у п'ять основних переваг діджиталізації:

1. Зростання ефективності діяльності підприємства. Автоматизація процесів через діджиталізацію призведе до нарощення обсягів доходу, підвищення прибутковості та мінімізації виробничих затрат. Наприклад, завдяки штучному інтелекту і машинному навчанню можна швидко обробляти дані, надавати більш точну інформацію, тим самим забезпечуючи надання більш ефективних послуг.

2. Підвищення продуктивності праці. Упровадження інтелектуальних технологічних рішень, що підтримують цифрову трансформацію підприємств, сприяє підвищенню продуктивності праці через мінімізацію ручної роботи, делегування простих виробничих процесів новітнім технологіям, полегшення роботи співробітників і підвищення якості надання послуг.

3. Розширення прав і можливостей працівників. Коли компанія починає процес цифрової трансформації, важливо всіх належно інформувати й витратити час на навчання працівників. Необхідно, щоб кожен знав про зміни в системі і вмів правильно вести роботу. Удосконалення набору навичок буде мотивувати працівників працювати краще, дасть їм можливість проявити творчі здібності і поділитися новаторськими ідеями. Навчаючи персонал, компанія передусім підвищує цінність своїх послуг, тим самим пропонуючи кращі умови і підвищуючи задоволеність клієнтів.

4. Підвищення якості обслуговування клієнтів. Перелічені переваги призводять до кращого задоволення запитів клієнтів і підвищення якості обслуговування. Чим вища якість послуг, тим більше клієнтів повернеться до підприємства, щоб користуватися ними на регулярній основі. Прозорі транзакції і швидке надання послуг – ось чого чекають клієнти.

5. Збільшення доходів. У результаті цифрова трансформація сприяє підвищенню доходів. Це можливо завдяки скороченню витрат на підтримку бізнесу, автоматизації процесів і поліпшенню якості обслуговування клієнтів.

Поруч із переліченими перевагами діджиталізації слід виокремити високий рівень безпеки як щодо компанії, так і її клієнтів, краще управління ресурсами, заохочення до цифрової культури, можливість створення цифрових продуктів / послуг, більш ефективний аналіз даних тощо. Підприємствам, які прагнуть отримати всі ці переваги від цифрової трансформації, слід розробити детальну стратегію.

Цього року пандемія COVID-19 змусила чимало організацій прискорити роботу з цифрової трансформації своєї діяльності.

Близько 14 тис. кооперативних магазинів під єдиним брендом COOP Україна зазнали значних змін в управлінській моделі через упродовжені урядом карантинні обмеження. Як свідчать результати дослідження групи компаній EVO, сума онлайн-покупок українців за 2020 рік зросла на 41% [6]. Мільйони сімей почали купувати продукти в Інтернеті для самовивозу або доставки. Це засвідчило потребу діджиталізації продовольчих магазинів, а саме вихід на безконтактну онлайн-торгівлю.

Оскільки в умовах пандемії слід гарантувати безпеку покупців, то одним із варіантів є інтернет-магазин. Для підприємств споживчої кооперації не просто рекомендоване, а вкрай необхідне застосування інструментів електронної комерції для уникнення ймовірності банкрутства. Окрім того, створення мобільного додатку спростить здійснення покупок, зробить його зручним та швидким, що гарантує якісне обслуговування клієнтів. Це той випадок, коли інвестування коштів у IT-технології матиме швидкий позитивний ефект, короткий термін окупності тощо.

Діджиталізація підприємств споживчої кооперації, окрім створення можливостей до нарощення прибутку через онлайн-продажі, також матиме вплив на зменшення інформаційної асиметричності для потенційних інвесторів [5]. Оцифрування бізнес-процесів, створення Data-base дозволить інвесторам отримати більше інформації про фінансово-господарську діяльність системи споживчої кооперації та виділити ті напрями та проєкти, що будуть цікавими для інвестування.

Висновки. Діджиталізація стає важливим складником економічного розвитку. Для підприємств споживчої кооперації ключовим фактором стабільності та конкурентоспроможності мають стати нововведення та впровадження інновацій. Технології пропонують компаніям неймовірний потенціал для взаємодії з людьми з усього світу в будь-який момент. До пандемії багато організацій тільки починали усвідомлювати можливості, які забезпечує діджиталізація, проте саме карантин сприяв прискоренню цифрової трансформації і створенню середовища, яке і далі буде стимулювати інноваційну діяльність.

Література

1. Ковалёв И. Л. Digital-трансформация как катализатор инновационных процессов в экономике / И. Л. Ковалёв // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. 2019. – № 21. – С. 374–379.
2. Метляева А. И. Что такое Digital business и Digital Transformation? Современные инновации. 2017. №7 (21). С. 14-15.

3. Таран-Лала О. М. Споживча кооперація України: становлення та сучасні тенденції розвитку / О. М. Таран-Лала, І. А. Маркіна. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/7392>

4. Tul S. I. Systemic transformation of business and labor market in the conditions of digitalization / S. I. Tul // Проблеми системного підходу в економіці. 2019. – № 3 (71). – С. 35–41.

5. Pedchenko N., Strilec V., Rudenko N. Method of Delpni as an innovative tool for managing asymmetric information in financial relationships of potential investors and small business entities. Marketing and Management of Innovations (Web of science та ін.). 2018. Vol. 3. P. 68–80

6. Інформація сайту інформаційного агентства «Interfax-Україна». URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/712284.html>

УТИЛІТАРНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДСИСТЕМ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Семенович Ілля

*Ковтун О. І. – науковий керівник, к.е.н., професор
Львівський торговельно-економічний університет*

Анотація. Дослідження присвячене проблемі підвищення ефективності управління такими економічними системами як підприємства і застосуванню інформаційних технологій (ІТ) для її вирішення.

Ключові слова: підприємство; ефективність управління; інформаційні системи і технології; MPR; ERP.

Постановка проблеми. Застосування інформаційних технологій набуває все більшого значення в процесі управління підприємствами. Досвід успішних компаній доводить, що ефективне управління підприємством неможливе без управління їх інформаційною діяльністю та всією системою корпоративної інформації. Використання інформаційних технологій в управлінні підприємством здійснюється з метою ефективною та оперативною комп'ютерною обробки інформаційних ресурсів, зберігання великих обсягів економічно важливої інформації та передачі її на будь-які відстані в мінімальні терміни. При цьому основним завданням управління їх інформаційною діяльністю (інформаційними бізнес-процесами та потоками) є оптимізація функціонування підприємства на основі застосування сучасних інформаційних технологій.

Аналіз основних досліджень: Різні аспекти використання інформаційних технологій в управлінні підприємством досліджували та досліджують як зарубіжні, так й вітчизняні науковці, зокрема: Барановська Т. П., Козирев А. А., Лепейко Т. І., Мельник Л. Г., Пушкар О. І., Уткін В. Б., Хамер М., Чампі Дж., Щедрін А. Н. та інші. Але певні питання потребують постійного подальшого моніторингу та дослідження для виявлення нових напрямів та можливостей застосування ІТ в межах систем управління підприємством, що обумовлено стрімким розвитком та появою нових ІТ в умовах 4 промислової революції.

Зміст

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ РАЦІОНАЛЬНОГО РОЗМІЩЕННЯ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ, НЕВІД'ЄМНОГО ЧИННИКА ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ <i>Рябцова Вікторія</i> <i>Білгород-Дністровський економіко-правовий фаховий коледж</i> <i>Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	3
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ <i>Вороновський Юрій</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	6
СУЧАСНІ МЕТОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ <i>Скорік Поліна</i> <i>Полтавський фаховий кооперативний коледж</i>	9
ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ АДАПТАЦІЇ ТОРГІВЛІ ДО СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЙ <i>Покора Софія, Луцко Софія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	12
ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ТОРГІВЛІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Загорулько Анастасія</i> <i>Харківський кооперативний торгово-економічний фаховий коледж</i>	16
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В МІСТІ ЧЕРКАСИ <i>Школьна Альона</i> <i>Філія «Черкаський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж»</i> <i>Вищого навчального закладу Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	19
ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Дмитрів Іванна</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	23
ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Багола Ярослав</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	25

СМАРТ-ЛОГІСТИКА ЯК ІННОВАЦІЙНЕ РІШЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Мельник Анастасія</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	31
ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ <i>Едель Денис</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	36
МЕРЕЖА ДЛЯ МОЛОДІ І НЕ ТІЛЬКИ... <i>Ткачук Оксана</i> <i>Луцький кооперативний фаховий коледж</i> <i>Львівського торговельно-економічного університету</i>	38
СТРАТЕГІЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ <i>Кучишин Юлія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	41
ДО ПИТАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Ковальчук Наталя</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	45
ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК <i>Ванценко Софія</i> <i>Рівненський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i>	48
ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ У РЕКЛАМІ <i>Прокіпчак Владислав</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	53
ВИКОРИСТАННЯ ЕКО-УПАКОВКИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ТА ФОРМУВАННЯ ЕКО-БРЕНДУ <i>Дудкіна Анастасія</i> <i>Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i>	56
ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ <i>Тищенко Юлія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	60

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ У ВИРОБНИЧОМУ МАРКУВАННІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОВАРІВ <i>Ягельницька Юлія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	63
ФАХОВЕ КАФЕ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО НАДАННЯ ПОСЛУГ <i>Гуменюк Вікторія</i> <i>Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i>	72
ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ В ДОСЛІДЖЕННІ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КАВОВОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ «LOFT-КАВ'ЯРНЯ» <i>Орхова Тетяна, Гарнік Марія</i> <i>Хмельницький кооперативний коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту</i>	76
ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЕКОПОСУДУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА <i>Наумчук Богуслава</i> <i>Луцький кооперативний фаховий коледж Львівського торговельно-економічного університету</i>	82
ХАРЧОВА ПОВЕДІНКА МІЛЕНІАЛІВ ТА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: <i>Дьома Максим, Слободянюк Олеся</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	85
ОВЕРТУРИЗМ <i>Гончарук Марина</i> <i>Чернівецький кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i>	92
ГАСТРОНОМІЧНИЙ БРЕНД ЯК ФАКТОР ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: ЗІНЬКІВСЬКА «ЧОРНА» КОВБАСА <i>Маріїн Роман</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	95
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ <i>Бакум Аміна</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	98
УТИЛІТАРНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДСИСТЕМ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ <i>Семенович Ілля</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	101