

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**Білоруський торгово-економічний
університет споживчої кооперації**

**Карагандинський економічний
університет Казспоживспілки**

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**VII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 27–28 квітня 2017 року)

**Полтава
ПУЕТ
2017**

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д. і. н., професор, ректор ПУЕТ;
Н. М. Тягунова, к. е. н., професор кафедри комерційної діяльності та підприємництва, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;
П. Ю. Балабан, к. е. н., професор, завідувач кафедри комерційної діяльності і підприємництва ПУЕТ;
В. І. Місюкевич, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;
Ю. В. Іванов, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;
О. М. Михайленко, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ;
В. В. Лісіца, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ.

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 213 с.

ISBN 978-966-184-288-4

У матеріалах VII Міжнародної науково-практичної 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 мережових операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу й торгівлі, а також проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості та конкурентоспроможності товарів у глобальній економіці.

УДК 339

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

Высшее учебное заведение Укоопсоюза
«ПОЛТАВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»
(ПУЭТ)

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации

Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза

СЕТЕВОЙ БИЗНЕС: СТАНОВЛЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ

МАТЕРИАЛЫ

VII Международной научно-практической
интернет-конференции

(г. Полтава, 27–28 апреля 2017 года)

**Полтава
ПУЭТ
2017**

Редакционная коллегия:

А. А. Нестуля, д. и. н., профессор, ректор ПУЭТ;

Н. М. Тягунова, к. э. н., профессор кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства, декан факультета товароведения, торговли и маркетинга ПУЭТ;

П. Ю. Балабан, к. э. н., профессор, заведующий кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

В. И. Мисюкевич, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

Ю. В. Иванов, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

Е. Н. Михайленко, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ;

В. В. Лисица, к. э. н., доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства ПУЭТ.

Сетевой бизнес: становление, проблемы, инновации : материалы VII Международной научно-практической интернет-конференции (г. Полтава, 27–28 апреля 2017 года). – Полтава : ПУЭТ, 2017. – 213 с.

ISBN 978-966-184-288-4

В материалах VII Международной научно-практической интернет-конференции рассмотрены актуальные проблемы развития сетевого бизнеса в Украине и зарубежных странах в условиях глобальных экономических изменений.

Научные исследования авторов направлены на выяснение современного состояния и перспектив дальнейшего развития торговой сферы и других видов экономической деятельности, трансформационных процессов в потребительской кооперации, структурных изменений рынка под влиянием сетевых операторов, проблем маркетинга и менеджмента торговых предприятий, выявление аспектов инновационного развития сетевого бизнеса и торговли, а также проблемных вопросов подготовки специалистов торговли, качества и конкурентоспособности товаров в глобальной экономике.

Материалы печатаются в авторской редакции языками оригиналов.

За изложение, содержание и достоверность материалов ответственные авторы.

Распространение и тиражирование без официального разрешения ПУЭТ запрещено.

© Высшее учебное заведение Укоопсоюза
«Полтавский университет экономики и
торговли», 2017

ISBN 978-966-184-288-4

requirements can't guarantee that the respondents who are needed, and not those who want to participate in the discussion; the respondent must have access to the Internet with a good connection and be able to print quickly; for conducting a focus group, the moderator needs skills to conduct on-line discussion, in particular, «chatting»; special software products and technical equipment are required; not all topics are appropriate for discussion, some topics may be boring.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. О. Тараненко, к. е. н.
ПУЕТ, м. Полтава

Важлива роль торгівлі у процесі суспільного обміну визначається тим, що вона здійснюється на етапах розподілу і обміну, виступаючи зв'язковою ланкою між виробництвом і споживанням, та має значний вплив на макроекономічний механізм. Це посилює значення процесу забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств для макроекономічного рівня та потребує врахування їх особливого становища у цьому механізмі.

Відповідно до системного підходу, основними складовими, що впливають на економічну стійкість торговельних підприємств, і які необхідно враховувати при її забезпеченні є зовнішнє середовище діяльності підприємства, його потенціал та товарна пропозиція.

Зовнішнє середовище діяльності у забезпеченні економічної стійкості підприємства виступає рушійною силою, яка визначає напрям, заходи і засоби цього процесу, тому що діяльність підприємства як відкритої системи значною мірою залежить саме від зовнішнього середовища господарювання, оскільки з нього на вході воно отримує необхідні ресурси, а на виході – результат своєї діяльності у вигляді товарів чи послуг, що спрямовується у це ж середовище.

Потенціал підприємства нарівні із зовнішнім середовищем суттєво впливає на забезпечення його економічної стійкості тому, що обумовлює урахування всіх наявних операційних можливостей внутрішнього середовища підприємства. Саме від стану та резервів збільшення потенціалу і залежить економічна стійкість підприємства.

Товарна пропозиція складається із самого товару, який реалізовується, та процесу обслуговування підчас його реалізації. До характеристик товару можна віднести такі як ціна, якість, торгова марка та асортимент. Для обслуговування важливою характеристикою є його якість. Проміжне місце торговельних підприємств між виробниками та споживачами товарів визначає можливості їх впливу на ці характеристики.

Зокрема, торговельне підприємство може впливати на якість товарів не через її формування, а лише шляхом підтримки відповідного рівня.

Важливе значення має правильний вибір постачальника, що значно впливає на ціну реалізації товарів. Торговельне підприємство має більші можливості впливу на асортимент, торгову марку та якість обслуговування.

Зовнішнє середовище впливає на економічну стійкість торговельного підприємства через складові внутрішнього середовища та товарну пропозицію. Це необхідно враховувати у процесі забезпечення економічної стійкості разом із особливостями діяльності у сфері торгівлі, до яких, зокрема, відносять таке:

- попит на товари і послуги підприємства може коливатись відповідно до пори року, дня тижня, частини дня;
- максимальна наближеність до споживача, що змушує швидко реагувати на зміну попиту;
- висока швидкість операційного циклу, що вимагає відповідної реакції для її підтримки;
- подвійна відповідальність перед споживачем: за товари, які реалізуються і за якість самого обслуговування;
- переважання в структурі основних фондів пасивної частини.

Ці особливості слід враховувати під час розробки комплексу традиційних та прогресивних заходів забезпечення економічної стійкості.

Традиційні заходи доцільно використовувати коли підприємство працює на ринках із невисоким рівнем конкуренції та темпом росту споживчого попиту. Такі заходи не потребують значних капіталовкладень і забезпечують реалізацію стратегії стабілізації шляхом утримання досягнутої частки ринку через збалансування складових внутрішнього середовища підприємства.

Прогресивні заходи необхідні для реалізації стратегії стабілізації або зростання на ринках із високим темпом росту споживчого попиту та рівнем конкуренції. Такі заходи потребують значних капіталовкладень, оскільки ґрунтуються на впровадженні інновацій. Це дозволяє здійснювати операційну діяльність на якісно новому рівні, що сприяє зменшенню витрат коштів і часу на обслуговування операційного процесу; ліквідації помилок, пов'язаних із людським фактором; підвищенню оперативності розробки та реалізації управлінських рішень.

Отже, забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств має важливе макроекономічне значення та повинне здійснюватися з урахуванням взаємозв'язку їх внутрішнього і зовнішнього середовища та особливостей діяльності у сфері торгівлі.

ВИКОРИСТАННЯ ТИПОЛОГІЇ СПОЖИВАЧІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В. М. Трайно, к. е. н.
ПУЕТ, м. Полтава

У наш час в умовах погіршення економічної ситуації в Україні, зокрема зростання валютного курсу та інфляції, зниження купівельної спроможності споживачів, ускладнюється діяльність підприємств, у тому числі торговельних. Неприятлива ринкова кон'юнктура вимагає від підприємств пошуку нових шляхів покращення економічної діяльності, що дозволять