

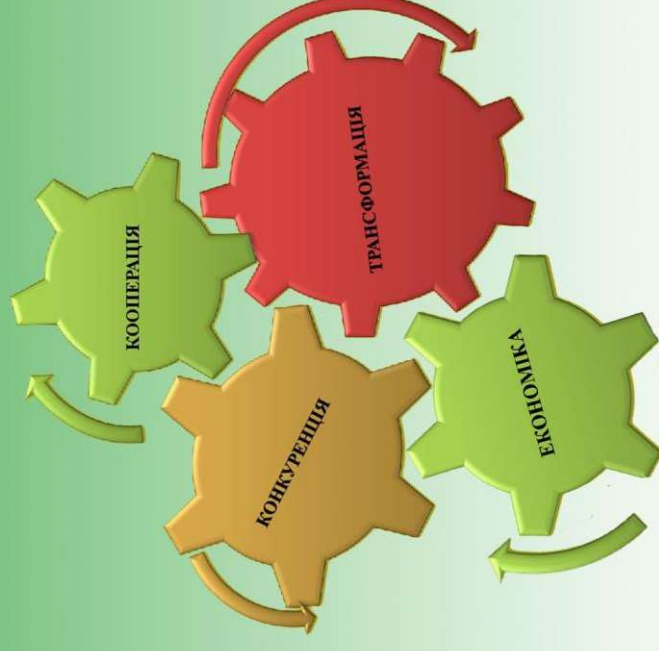


**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

МАТЕРІАЛИ

I Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ:
ВІД КОНКУРЕНЦІ ДО КООПЕРАЦІЇ»**



29000 м. Хмельницький, вул. Кам'янецька, 3
Хмельницький кооперативний
торгівельно-економічний інститут
Кафедра підприємництва, торгівлі,
логістики та готельно-ресторанної справи

м. Хмельницький
26 жовтня 2023 р.

**Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Львівський торговельно-економічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький кооперативний інститут**

МАТЕРІАЛИ

І Всеукраїнської науково-практичної конференції

«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ: ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»

**м. Хмельницький
26 жовтня 2023 р.**

Рекомендовано до друку вченою радою Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (протокол № 3 від 8 грудня 2023 р.)

Рецензенти:

МЕЛЬНИК Ірина, д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету.

МІЩУК Ігор, д.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету.

ПЕЛИК Леся, д.т.н., проф., проф. кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету.

Редакційна колегія: *ТЕЛЯЧИЙ Юрій* – голова, д.і.н., проф., президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту, голова Хмельницької обласної організації Національної спілки краєзнавців України; *ЗАМАЗІЙ Оксана* – заступник голови, д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *МАТВЄЄВ Андрій* – к.і.н., доц., віце-президент Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ЛЯШУК Катерина* – к.е.н., директор Хмельницького кооперативного фахового коледжу Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ДЖЕРЕЛЕЙКО Світлана* – к.е.н., доц., декан факультету управління, підприємництва та права Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *САПОТНИЦЬКА Наталія* – к.е.н., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ТЯГУНОВА Наталія* – к.е.н., проф., проф. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *ПЕЛЕХ Юлія* – к.т.н., доц., доц. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *ЦЕРКЛЕВИЧ Вікторія* – к.п.н., доц., доц. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *АНТОШКОВА Наталія* – к.е.н., доц. кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *КУЧЕРУК Надія* – ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи; *БОНДАРЧУК Катерина* – викладач кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи.

T65 Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. *Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції*, м. Хмельницький, 26 жовтня 2023 р. / редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2023. 391 с.

За достовірність викладеної інформації відповідальність несуть автори статей

Збірник містить матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації» з актуальних питань функціонування та розвитку сучасних економічних систем, інновації менеджменту, маркетингових технологій в сучасному бізнесі, фінансово-господарської діяльності та проблем оподаткування суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва та торгівлі, інноваційних технологій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі, сучасного товарознавства, удосконалення правового забезпечення розвитку економіки та підприємництва, інновацій у бізнес-освіті та управлінні знаннями, розвитку кооперативного сектора економіки.

Для освітян, науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, підприємців, громадськості, усіх, хто цікавиться трансформаційними процесами в економіці.

Електронна версія збірника оприлюднюється на офіційній сторінці ХКТЕІ:
<http://www.xktei.km.ua/naukova-diyalnist/naukovi-vidannya/>

| | |
|---|-----|
| Сарай Н. І., Сарай Р. Я. | |
| ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ..... | 220 |
| Семенцова О. В., Челядінова Н. Г. | |
| ДЕРЖАВНЕ ПОДАТКОВЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ..... | 223 |
| Сергієнко О. А., Єлисеєва А. О. | |
| ВАЖЛИВІСТЬ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ДЛЯ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЖИТТЄЗДАТНОСТІ КОМПАНІЇ..... | 224 |
| Сергієнко О. А., Лаврик В. В. | |
| ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ КРИЗИ..... | 226 |
| Сніщенко Р. Г., Кулинич В. А. | |
| АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В ПЕРІОД ВІЙНИ..... | 228 |
| Сніщенко Р. Г., Орехова Т. С. | |
| ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ..... | 231 |

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ

| | |
|--|-----|
| Демидчук Л. Б. | |
| ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ..... | 233 |
| Жмурко І. В., Тараско К. С. | |
| ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ..... | 235 |
| Кононенко Ж. А., Сахно В. В. | |
| СУЧАСНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ОБОРОТНИМИ ЗАСОБАМИ..... | 237 |
| Кригульська Т. Б. | |
| РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ..... | 238 |
| Кришталь Г. О., Богдашевський В. В. | |
| УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПЛАНУВАННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 240 |
| Кришталь Г. О., Васильконова Е. О., Панін Є. В. | |
| ТРАНСФОРМАЦІЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ..... | 241 |
| Кришталь Г. О., Михайлова К. В. | |
| СИСТЕМА КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 243 |
| Кришталь Г. О., Сватковська Т. Г. | |
| ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ..... | 244 |
| Михайлова О. С., Бабич А. В. | |
| ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ..... | 246 |
| Михайлова О. С., Пиляк І. І. | |
| ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ..... | 248 |
| Морозова О. О. | |
| ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В АСПЕКТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ..... | 249 |

Семенцова О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та HR технологій

Українського державного університету залізничного транспорту

Челядінова Н.Г.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та HR технологій

Українського державного університету залізничного транспорту

ДЕРЖАВНЕ ПОДАТКОВЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Від початку повномасштабних військових дій в Україні вітчизняний бізнес перебуває в умовах «турбулентності».

Найпершими та визначальними викликами, з якими зіткнулися підприємства під час війни, стали:

- різке скорочення попиту на продукцію;
- значне зростання цін на сировину та матеріали, а під час і їх недостатня кількість через порушення логістичних ланцюгів;
- нестача наявних обігових коштів;
- проблеми з логістикою, поставками та експортом;
- дефіцит палива та зростання цін на нього.

Ще на початку повномасштабного вторгнення, було впроваджено ряд заходів щодо підтримки бізнесу. Як то тимчасово скасований акцизний збір на пальне та зниження ставки ПДВ на цю групу товарів; відміна на час воєнного стану накладання санкції за порушення закону про реєстратор розрахункових операцій (РРО); пільгові умови імпортування товарів тощо [1].

В економіці країн, що перебувають у військовому часі завжди посилюються командно-адміністративні методи управління [2, с. 121], які часто переходять в режим «ручного» управління процесами та галузями. Використання такого управлінського підходу має негативні наслідки. Так, спроби ручного «регулювання» цін на пальне призвели до серйозної кризи та дефіциту пального на заправках країни, що спонукало відмову від застосованих умов адміністрування.

Чим довше в країні триває війна і чим більш непередбачуваним є платоспроможний попит, тим більші збитки та втрачена потенційна вигода для вітчизняних підприємств і тим скрутніші ринкові перспективи. Вже зараз зрозуміло, що багато підприємств перебувають на межі виживання і їхнє повне закриття є лише питанням часу.

Економіка воєнного часу може стати надійною логістичною підтримкою для успішних військових операцій лише за умови належного ставлення до неї. Економічна політика у воєнний час має бути спрямована на максимальну лібералізацію і зниження податків. Для сприяння розвитку бізнесу у воєнний час необхідно знизити податки та спростити їх адміністрування.

Важливим для підтримки активної діяльності вітчизняної економіки в умовах воєнного стану є уникнення підвищення податків, тарифів та посилення адміністративного регулювання. Щоб стимулювати розвиток економіки України, насамперед, потрібно вживати заходів щодо зниження податків, надання пільгових кредитів та державних замовлень, спрощення законодавства, митних процедур та імпорту, впровадження та поглиблення електронного

документообігу між суб'єктами господарювання та органами державної влади. Впровадження більш гнучкої податкової політики, спрямованої на досягнення відчутних результатів економічних перетворень та відновлення вітчизняного виробництва є запорукою стабілізації економіки України в умовах військового стану.

Вже сьогодні вітчизняне бізнес-середовище очікує від уряду чіткого бачення та запевнень щодо змін: зниження рівня оподаткування та спрощення податкового адміністрування в умовах сьогодення та на період післявоєнного відновлення.

Список використаних джерел

1 Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану : Закон України від 15.03.2022 № 2120-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення 21.10.2023)

2 Юрій М.Ф. Політологія : підручник. Київ : Дакор, 2005. 415 с.

УДК 338.2

Сергієнко О.А.,

Д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики

Єлисеєва А.О.,

магістр кафедри Підприємництва, торгівлі і логістики

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», Харків

ВАЖЛИВІСТЬ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ДЛЯ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ЖИТТЄЗДАТНОСТІ КОМПАНІЇ

Одним з найважливіших елементів успіху компанії є система ефективного прогнозування продажів. Завдяки правильно розрахованому прогнозу можна з більшою ефективністю вести бізнес, передовсім, здійснювати контроль та оптимізацію витрат. Крім того, якщо мова йде про торговельне підприємство, це дозволяє забезпечити оптимальну (а не завищену чи занижену) кількість товарів на складі.

За допомогою ефективного управління продажами компанії організація задовольняє чи перевищує очікування споживачів, формуючи такі запаси кожної позиції, які приносять максимальний чистий прибуток. Корпоративна політика, що сприяє ефективному управлінню продажами - перший фактор успішного управління і товарними запасами також [1].

Управління продажами - це галузь менеджменту, в якій можна отримати суттєві переваги, використовуючи ефективні методи, і ці переваги мають грошове вираження. Разом з тим варто наголосити, що використання тих чи інших підходів в управлінні запасами - це те, що впливає з стратегії компанії та стратегії управління продажами.

Аналіз ділової практики показує, що причинами негативних для підприємства наслідків відсутності належним чином налагодженої системи управління продажами можуть бути як небажання керівництва займатися даною сферою управління, так і прогалини у знаннях персоналу, відповідального за управління продажами, а також невміння/небажання налагодити процес належним чином. Як мінімум, такий стан справ веде до недоотримання підприємством виручки, і, відповідно, чистого прибутку, як максимум – втрати частини або всього бізнесу [2].

Без грамотного управління продажами неможливо як отримувати високий прибуток, так й бути впевненим у збереженні компанією життєздатності. Статистика підтверджує, що 60 % підприємств, які не зуміли побудувати ефективну систему продажів, припиняють своє існування протягом трьох років [3].