

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ**

**VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ»**

19 травня 2023 року



Одеса – 2023

**Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку:
матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (19 травня
2023 року). – Одеса: Національний університет «Одеська політехніка»,
2023. – 171 с.**

Редакційна колегія:

д.е.н., професор Філіппова С.В., д.е.н., професор Бавико О.Є., д.е.н., професор
Левкіна Р.В., д.е.н., професор Фролова Л.В., д.е.н., професор Валінкевич Н.В.,
д.е.н., професор Гросул В.А., д.е.н., професор Ткаченко А.М., д.е.н., професор
Репіна І.М., д.е.н., професор Міщук І.П., д.е.н., професор Міщук І.П., д.е.н.,
професор Павлова В.А.

У збірнику матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції розкриваються теоретико-методологічні та практичні засади підприємництва і торгівлі в системі національних та світових економічних інтересів. Дослідження авторів спрямовано на з'ясування форм сучасного підприємництва в глобальній інноваційній системі, сучасних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі України та перспективних напрямків просування української продукції на нові експортні ринки.

Збірник розраховано на наукових працівників, аспірантів і здобувачів, усіх, хто цікавиться позитивними та негативними тенденціями розвитку підприємництва і торгівлі в Україні та світі.

Матеріали друкуються мовами оригіналів. Погляди, висловлені в публікаціях, є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники семінару та їх наукові керівники.

*Національний університет «Одеська політехніка»,
Інститут економіки та менеджменту,
Кафедра підприємництва і торгівлі*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Архипова Т.В. , к.е.н., доцент, Чипинюк Є.В. , здобувачка вищої освіти РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ	8
Бавико О.Є. , д.е.н., професор, Джахан Фавзі Салем Ісмаїл , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ В УМОВАХ ВІЙНИ: СТАН, ПРОГНОЗИ ТА ОЧІКУВАННЯ	10
Бойко І.М. , здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ	14
Бородін Б.М. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО	18
Брагіна О.С. , к.е.н., доцент, Бондарчук М.Є. , к. е. н., доцент СУЧАСНИЙ СТАН ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	20
Budiakova Olena , Candidate of Economics, Senior Lecturer FEATURES OF THE QUALITY TRAINING OF SPECIALISTS UNDER THE CONDITIONS OF MARITAL STATE	23
Головач Т. В. , старший викладач ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	26
Городецька Т.Б. , к.е.н., доцент, Ляшенко А.В. здобувачка вищої освіти, Орленко А.С. здобувачка вищої освіти СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	29
Зайченко К.С. , к.е.н., доцент, Корня С. В. , здобувач вищої освіти ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МОНОПОЛІЙ	31
Зайченко К.С. , к.е.н., доцент, Кулаксіз А.М. , здобувачка вищої освіти ПРИКЛАД КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАРУБІЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНОГО СТАНУ	33
Ільченко Г.О. , здобувачка вищої освіти, Єрмак С.О. , д. е. н., професор УЧАСТЬ ВОЛОНТЕРІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	34
Карнаушенко А.С. , к.е.н., доцент ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІ БЛОКЧЕЙН В ТОРГІВЛІ	36
Куницька-Іляш М. В. , к.е.н., доцент	

ПРІОРИТЕТИ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АПК УКРАЇНИ	39
Лисюк О.В. , к.е.н., доцент, Балаш Л.Я. , к.е.н., доцент ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	41
Мешкова-Кравченко Н.В. , ст. викладач, Остапюк О.В. , здобувачка вищої освіти ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	45
Михайличенко Н.М. , к.е.н., доцент ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУТУ САМОЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ	47
Непран А. В. , к.е.н., доцент РОЗПОДІЛ ВИТРАТ ПО УТРИМАННЮ І ЕКСПЛУАТАЦІЇ ОБЛАДНАННЯ ПРИ КАЛЬКУЛЮВАННІ СОБІВАРТОСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	49
Обіход Т.В. , к. фіз.-мат. н., доцент, Бородіна О.М. , к.е.н., проректор ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	52
Павлова В.А. , д.е.н., професор ПРО НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	54
Пахолюк О.В. , к.т.н., доцент, Передрій О.І. , к.т.н., доцент ПЕРСПЕКТИВИ ОНОВЛЕННЯ ЗАКЛАДІВ ТОРГІВЛІ	57
Пухальська Я.П. , к.е.н, доцент ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ 24 ЛЮТОГО 2022 РОКУ	59
Пучкова С.І. , к.е.н., доцент НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	62
Райтер Н.І. , к.е.н., доцент, Мацьків Г.В. , к.е.н., доцент МАЙНОВІ РИЗИКИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	66
Таранюк Л.М. , д.е.н., професор, Таранюк К.В. , к.е.н., доцент ГЛОБАЛІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	70
Шевчик Б. М. , д.е.н., доцент ПІДПРИЄМНИЦЬКА АКТИВНІСТЬ ЯК НЕГЕНТРОПІЙНА ФУНКЦІЯ КУЛЬТУРИ	72

СЕКЦІЯ 2 ТОРГІВЛЯ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКІВ

Бондарчук М.Є., к.е.н., доцент, **Брагіна О.С.**, к.е.н., доцент

ВІТЧИЗЯНИЙ ЕКСПОРТ В УМОВАХ ВІЙНИ	76
Бондарчук М.Є. , к.е.н., доцент, Орленко А.С. , здобувач вищої освіти НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ АСОТИМЕНТУ МОРОЗИВА З ПОЛІПШЕНИМИ СПОЖИВНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ	78
Гарнага О.М. к.е.н., доцент РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ	81
Губені Ю.Е. , д. е. н., професор ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ НЕ-МЕРЕЖЕВНИХ СУПЕРМАРКЕТІВ У ЛОКАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	83
Гусак В.О. , здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти АНАЛІЗ СТАНУ ТА МАЙБУТНІ ПЕРСПЕКТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ЗЕРНОВОГО РИНКУ	85
Завгородній К. В. , к.е.н. ОСНОВНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	86
Каранфіл Д. Ю. , здобувачка передфахової вищої освіти, Мартиросян І. А. , к.т.н., старший викладач, Пахольок О.В. , к.т.н., доцент ВИЯВЛЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ЩОДО ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	89
Крупа В.Р. , к.е.н., доцент ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРАРНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНЬ ВОЄННОГО СТАНУ	92
Пилипенко Н.М. к.е.н., доцент, Миколенко О.Г. , здобувач вищої освіти ОСНОВНІ ФОРМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ	97
Пучков О.С. , здобувач вищої освіти СТРУКТУРА ТА УМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	100
Скрипник В.Л. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ПОРІВНЯННЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ СУМІШЕЙ ДЛЯ САМОВИРІВНЮЮЧИХ ПІДЛОГИ НА ГПСОВІЙ ОСНОВІ, ЯКІ ПРЕДСТАВЛЕННІ НА РИНКУ УКРАЇНИ	102
Трофімчук О. Р. , к. е. н., доцент, Цип'яшук К. С. , здобувачка вищої освіти СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	104

СЕКЦІЯ 3

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ: ОРГАНІЗАЦІЯ, МЕХАНІЗМИ, ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ

Абрамович М.Е. , здобувач вищої освіти НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
--	--

ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	107
Березовський Ю.В. , д.т.н., професор, Кузьміна Т.О. , д.т.н., професор, Краглік В.С. , здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня, Момоток Е.Л. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти , Шепетовська А.Ю. здобувачка вищої освіти ОЦІНКА ВПЛИВУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ	109
Белкін Д.О. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти СТРАТЕГІЯ ЯК БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ	111
Yermak S. , DEcon, Assoc. Prof., Ozcan S. , PhD, Assoc. Prof., Vavyko O. , DEcon, Prof. VARIETY OF FRUGAL INNOVATION TERMS AND THEIR PECULIARITIES	113
Живолович А. А. здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, Кулік А. В. , к.е.н., доцент АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНИ ЗА МІЖНАРОДНИМ ІНДЕКСОМ LPI	115
Івашов І.В. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, науковий керівник Бавико О.Є. , д.е.н., професор СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ, МІСЦЕ І ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	118
Коб'яков С.М. , к.с.-г.н., доцент ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	120
Кононенко Л.В. , к. е. н., доцент, Савченко В.М. , к. е. н., професор СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ	125
Крамаренко О.О. , здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, Самойленко А.А. , канд.техн.наук, доцент СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ	127
Матюха М.М. , к.е.н., доцент УПРАВЛІНСЬКА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	130
Михайловський К.І. , здобувач вищої освіти, Самойлов І.С. , здобувач вищої освіти ЯКІСТЬ ТОВАРІВ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ: ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ	133
Мустафіна Д.А. , здобувачка вищої освіти, Бондарчук М.Є. , к.е.н., доцент ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА	136
Олійник Н.М. , к.т.н., доцент, Дорогань О.І. , здобувачка вищої освіти, Шандов	

Р.А. , здобувач вищої освіти ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	138
Орел А.М. , д.екон. н., доцент, Саламатіна Д.Р. , здобувачка вищої освіти КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ АВІАЦІЇ	142
Орлова В.М. , к.т.н., доцент, Штанько Є.О. , здобувач вищої освіти ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	145
Палесіка А. , здобувачка вищої освіти ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ТА ФАКТОРИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	146
Полятикін В. О. , здобувач наукового ступеня доктора філософії, ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯМ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	148
Стефанович Н.Я. , ст. викладач, Гришман І.В. , здобувач вищої освіти МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	151
Шалева О. І. , к.е.н., доцент, Сілантьєв І. Ю. , здобувач третього (освітньо- наукового) рівня вищої освіти РОЛЬ І ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА	154

СЕКЦІЯ 4 **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОЇ** **ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Бавико О.Є. , д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва і торгівлі ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ» ТА ВІДПОВІДНИХ СЕГМЕНТІВ РИНКУ ПРАЦІ	158
Гребеніченко І.О. , здобувачка (другого) рівня вищої освіти СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НАВЧАННЯ КЕРІВНИКІВ-ЛІДЕРІВ	160
Дороніна О.А. , д.е.н., професор, Трегубов О.С. , к.е.н., доцент, Якимова Н.С. , д.е.н., доцент ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ З СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ТА ЗНИЖЕННЯ НАПРУЖЕНОСТІ НА РИНКУ ПРАЦІ	162
Зеліско Н.Б. , к.е.н., доцент АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ В УКРАЇНІ	165
Levkina R.V. , professor, doctor of economic sciences, Kotko Ya.M. , Candidate of Economic Sciences FORMATION OF MODERN COMPETENCIES OF SPECIALISTS IN BUSINESS AND TRADE	168

на вигин зростає, і це показчик того, що обидві суміші є досить стійкими до дії зовнішніх факторів.

З цих досліджень можна зробити висновок, що додавання базальтового волокна може бути корисним для покращення міцності на вигин підлогових покриттів, проте кількість волокна, що додається, потрібно вибирати залежно від конкретної суміші та способу її застосування

Література:

1. Довідник по ринку матеріалів для внутрішнього облаштування та оздоблення приміщень (за даними 2015 р.). За заг. ред. к.т.н., проф. П.В. Захарченка. КНУБА. - К.: СПД Павленко, 2016. - 260 с.

2. Захарченко П. В., Гавриш А. В., Онопрієнко В. В., Іванченко Ю. Ринок будівельних матеріалів України. Сучасні енергоефективні стінові будівельні матеріали: визначення проблеми та дослідження. Ознайомитися з доповіддю 19-ї Міжнародної конференції з будівельних матеріалів IBAUSIL. Веймар, 2015. Том 2, с. 1491 - 1496.

3. ДСТУ 3993-2000. Товарознавство. Терміни та визначення.

4. ДБН В.2.2-15-2005 Будинки і споруди. Житлові будинки. Основні положення.

5. Про затвердження Єдиного класифікатора житлових будинків залежно від якості житла та наявного інженерного обладнання. Державний комітет України у справах містобудування і архітектури. Наказ № 215 від 30.09.1998 р.

6. Класифікатор житла. Українська Будівельна Асоціація. Київ, 2006. -33с.

УДК 339.37

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

*Трофімчук О. Р., к. е. н., доцент,
Цип'ячук К. С., здобувачка вищої освіти,
Рівненський державний гуманітарний університет,
м. Рівне*

Торгівля має вирішальне значення для процвітання країни, адже стимулює її економічне зростання, надає робочі місця, підвищує рівень життя та допомагає громадянам забезпечувати свої сім'ї доступними товарами. Розширення торговельної діяльності приносить користь сім'ям і підприємствам завдяки підтримці більш продуктивних і високооплачуваних робочих місць в експортних секторах, розширенню асортименту товарів для споживачів і бізнесу, заохоченню інвестицій та прискорення економічного зростання.

Процес економічної спеціалізації та торгівлі, під час якого індивіди зосереджуються на тому, що вони вміють найкраще, а потім обмінюються продуктами своєї праці з іншими, які так само зосереджуються на своїх власних сферах досконалості, дозволяє сформувати набагато вищі рівні виробництва товарів, а також досягти найбільш ефективного використання праці та ресурсів. Саме це підтримує систему «вільного ринку». Розвиток цієї системи перевернув феодалізм і призвів до різких і революційних покращень рівня життя, характерних для сучасної доби. Іншими словами, вільна та відкрита торгівля сприяла жвавій конкуренції, інноваціям та ефекту масштабу, дозволяючи окремим особам і підприємствам скористатися нижчими цінами та більшим вибором. У результаті мільярди людей у всьому світі врятувалися від обмежень

натурального господарства та крайньої бідності, які були характерними для більшості громад протягом історії людства [1].

Торговельні підприємства щороку нарощують товарооборот, впроваджують нові, сучасні технології, що дозволяє максимізувати задоволення потреб споживачів у різноманітних товарах. Роздрібні та оптові торговці відіграють важливу роль у просуванні товарів до кінцевого споживача. Роздрібна торгівля є кінцевою ланкою, у якій завершується рух товарів від виробника до споживача.

Для продажу своїх товарів виробники зосереджуються на перехресному просуванні, часі продажу та вартості товару. Вони представляють нові смаки, демонструють переваги упаковки та свої конкурентні переваги. Ефективна успішна стратегія трейд-маркетингу допомагає підприємствам виділитися та збільшити частку ринку. Представляючи товари на виставках, виробники підвищують охоплення ринку та впізнаваність бренду. Вони надають роздрібним торговельним підприємствам знижки, безкоштовні зразки та забезпечують доставку, щоб стимулювати більше покупок. Реалізувавши ефективну стратегію трейд-маркетингу та викликавши інтерес, бренди можуть збільшити продажі, охопити нові сегменти ринку та співпрацювати з новими партнерами, а також отримувати прямі відгуки про свої товари від потенційних клієнтів [2].

Проте не всі торговельні підприємства знають, як ефективно використовувати у своїй діяльності сучасні технологічні рішення, зокрема маркетингові прийоми. Нещодавне дослідження ElectricalDirect виявило, що лише менше п'ятої частини британських торговців (18%) відчувають себе впевнено в маркетинговій діяльності для свого бізнесу, і що переважна більшість з них не знає, як ефективно просувати свої послуги [3].

Виробники використовують торговельний маркетинг, щоб охопити своїх партнерів у ланцюзі поставок, таких як роздрібні торговці, дистриб'ютори та оптові торговці. Вони впроваджують різні маркетингові стратегії, щоб привернути увагу партнерів ланцюга поставок, повідомити про цінність товару та переконати потенційних партнерів, що він принесе хороший дохід. Головна мета виробників – потрапити на прилавки магазинів. При цьому роздрібна торгівля виконує такі функції: дослідження стану та динаміки ринкової кон'юнктури; підтримка балансу між попитом і пропозицією з одночасною дією на такі параметри виробничої програми як обсяг та асортимент продукції; формування торговельного асортименту відповідно до споживчих потреб; доставка товарів до кінцевих покупців через організацію їх переміщення у просторі та доставки до місць продажу; надання покупцям набору послуг, що полегшують не лише придбання, але й споживання товару; збирання асортименту товарів від великої кількості постачальників і пропонування їх для продажу; інформування споживачів через рекламу, вітрини і написи, персонал; зберігання та оплати товарів; завершення операції купівлі-продажу [4, с. 647-649].

На сьогодні простежується тенденція до освоєння сучасних торговельних форматів у роздрібній торгівлі. На вітчизняному ринку все більше з'являється торговельних мереж. Створення мережових торговельних підприємств шляхом вертикальної інтеграції ґрунтується на правилах підпорядкування і розпорядження. Такі мережі об'єднують виробників, посередників, продавців і покупців певного продукту. У залежності від учасників процесів інтеграції розрізняють об'єднання діяльності роздрібних підприємств із виробниками, роздрібних підприємств з гуртовими та змішану інтеграцію. Ці мережі створюються через підпорядкування суміжних ланок збуту одному з учасників каналу товаропросування, котрий має найбільший економічний потенціал. Таке утворення може бути організоване шляхом створення багаторівневої корпорації чи холдингу [5].

2022 рік став справжнім викликом як для країни загалом, так і для українського ритейлу, хоча традиційні канали, особливо магазинчики біля дому та вулична торгівля в першому півріччі 2022 року, почували себе більш впевнено порівняно із сучасними форматами, особливо в перші місяці повномасштабного вторгнення. Вони збільшили свою частку ринку у 2022 році порівняно з відповідним періодом минулого року. Вперше за багато років темп приросту традиційних форматів (+11% у грошовому вимірі) випередив сучасні формати (+5%).

Незважаючи на відставання сучасних форматів, об'єми продажів власних торговельних марок (VTM) у 1 півріччі 2022 зросли на +35% порівняно з аналогічним періодом 2021 року, а торговельних марок – лише +17%. Такому тренду сприяли кілька чинників. Особливо відчутними були проблеми з поставками в багатьох торгових марок, що гостро відчувалось у перші місяці вторгнення, та зростання лояльності до місця покупки. Окрім того, важливість ціни як фактору, який впливає на покупку, суттєво збільшився, а середня вартість VTM в першому півріччі 2022 року була на 20% дешевше, ніж бренду. Після різкого зростання в першому кварталі 2022 року частка VTM знизилась, хоча все ж таки була більшою порівняно з аналогічним періодом 2022 року [6].

Отже, торговельна діяльність в цілому і роздрібна торгівля зокрема відіграють важливу роль у забезпеченні якості життя громадян певної країни. Пандемія Ковід 19, а пізніше ще більшою мірою повномасштабне вторгнення росії в Україну поставило перед вітчизняним ритейлом багато нових, організаційно не простих завдань, вирішення яких потребує застосування інноваційних підходів та нестандартних рішень, зокрема реалізації інструментів і стратегій трейд-маркетингу.

Література:

1. The Importance of Trade. URL: <https://cutt.ly/i6nhohj> (12.05.2023)
2. Trade Marketing. Check out trade marketing strategies and examples. URL: <https://cutt.ly/u6nhp5H> (12.05.2023)
3. Top 10 tips for marketing a trade business. URL: <https://cutt.ly/F6nhs69> (12.05.2023)
4. Грабова Н. М., Домбровський В. М. Бухгалтерський облік у торгівлі: навч. посіб. / за ред. М. В. Кужельного. Київ : А.С.К., 2009. 800 с.
5. Міщук І. П., Горін Т. Є. Мережеві торговельні компанії: перспективи розвитку та передумови ефективного функціонування. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2014. Вип. 16. С. 17-19. URL: <https://cutt.ly/06nhf9Q> (12.05.2023)
6. Аналіз розвитку VTM у 2021-2022 роках. URL: <https://cutt.ly/56nhhJq> (12.05.2023)