

4. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л., Васильків Ю. В. Формування системи та структурування інституційного забезпечення реалізації державної політики розвитку і використання трудового потенціалу України. Бізнес Інформ. 2015. № 7. С. 67–72.

*Качан Олег Євгенович,
докторант;*

Львівський торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ЕКСПАНСІЯ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ЯК СИСТЕМОУТВОРЮЮЧОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Торгівля є провідним інструментом налагодження та розширення економічних відносин, головними учасниками яких, з одного боку, є виробники, які зосереджуються на збільшенні обсягів реалізації продукції та кінцевому отриманні більшого прибутку, а, з іншого – споживачі, які прагнуть задовольнити купівельні потреби, отримуючи товари належної якості та відповідно до її рівня ціни. Так, у працях [1, с. 136-142; 2, с. 7-24] автори надаючи характеристики внутрішньої торгівлі виділяють її ключову роль у посиленні ділової та інвестиційно-інноваційної активності суб'єктів бізнесу, забезпечуючи одночасно високу продуктивність та ефективність господарювання. Також значна увага приділяється здатності торгівлі дієво налагоджувати та активно стимулювати розвиток окремих секторів бізнесу, зокрема малого бізнесу, що за багатьма науковими міркуванням постає як основна поступу країни та її конкурентоспроможності.

Варто виділити й вагоме значення внутрішньої торгівлі у формуванні привабливого інвестиційного середовища, розширенні масштабів реалізації прогресивних підприємницьких проєктів, що якісно стимулює залучення бізнесом провідних технологій та посилює рівень технологічності важливих операцій на внутрішньому ринку. Поряд з тим покрокового нарощується інноваційний потенціал торгівлі з орієнтацією на формування і розвиток нових ринкових сегментів [3, с. 223-230]. Т. Васильців, М. Флейчук, Р. Лупак наголошують на можливостях торгівлі ефективно впроваджувати заходи детінізації економіки, зростання конкуренції, протекціоністської підтримки та інших, що дозволяють забезпечити збалансованість внутрішнього ринку та захист економічних інтересів вітчизняних товаровиробників [4, с. 11-18]. Відтак до функціональних завдань внутрішньої торгівлі економічного вектору варто віднести (1) посилення ділової активності населення, розвиток малого бізнесу, (2) детінізація економіки та розвиток добросовісної конкуренції, (3) протекціоністська підтримка та захист національних товаровиробників, (4) розширення масштабів реалізації міжгалузевих та міжсекторальних підприємницьких проєктів; формування привабливого інвестиційного середовища, (5) зміцнення просторово-структурної

конкурентоспроможності економіки територій, (6) підвищення продуктивності та ефективності господарювання, (7) підвищення рівня інноваційності суб'єктів торгівлі.

Також внутрішня торгівля має вагомe соціальне значення і здатна результативно вирішувати складні завдання при забезпеченні незалежного розвитку і утриманні стабільності громадянського суспільства та його інститутів. Так, А. Костишина відмічає здатність торгівлі охоплювати широкі верстви населення і тим самим впливати на підвищення якості та стандартів життя, розширення сфер трудової зайнятості, розвиток продуктивної та інтелектуально-творчої праці [5, с. 70-74]. Все це дозволяє торгівлі сформувати необхідні передумови для підвищення рівня життєздатності суспільства і зміцнення соціальної безпеки країни та в подальшому утвердження прогресивно зростаючої нації. Натомість І. Іртищева, Л. Рогатіна, О. Іліницька вбачають соціальну роль торгівлі у покращенні якості та безпечності товарів і послуг, утвердженні прогресивних стандартів безпеки споживання [6, с. 4-8]. Інші науковці схильні виділяти ключове значення торгівлі у розширенні сфер соціальної відповідальності бізнесу, соціальних можливостей держави, соціального діалогу в суспільстві і згідно цього варто очікувати на низку позитивних наслідків, як-от – нагромадження та ефективне використання людського і соціального капіталу, утвердження прогресивних соціальних норм та цінностей та іншого, що посилює поступ та безпеку національної економіки [2, с. 7-24]. У підсумку внутрішня торгівля здатна вирішувати критично важливі соціальні завдання, а саме (1) підвищення якості та стандартів життя, (2) розширення сфер зайнятості населення, (3) збільшення місткості споживчого ринку, покращення якості та безпечності товарів і послуг, (4) розширення сфер соціальної відповідальності бізнесу та персоналу, (5) розширення соціальних можливостей держави, (6) розвиток інтелектуально-творчої праці та підтримка комерціалізації її результатів, (7) дотримання стандартів безпеки споживання.

Список використаних джерел

1. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку України. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 22. С. 136-142.

2. Ilyash O., Lupak R., Vasylytsiv T., Hetmanskyi V. Models of efficiency of functioning in trading enterprises under conditions of economic growth. Bulletin of Geography. Socio-economic Series. 2021. № 51. P. 7-24.

3. Дубовик Т. В., Бучацька І. О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 1. С. 223-230.

4. Васильців Т. Г., Флейчук М. І., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку

внутрішнього ринку в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 53. С. 10-19.

5. Костишина А. І. Стан і тенденції розвитку оплати праці в системі дистрибуції. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Вип. 6(146). С. 70-75.

6. Іртищева І. О., Рогатіна Л. П., Іліницька О. С. Продовольча безпека – важливий елемент економічної та національної безпеки. Агросвіт. 2020. № 22. С. 3-8.

*Лазоренко Лариса Віталіївна,
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту, маркетингу
та публічного управління;
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Важливим аспектом управлінської діяльності є формування стратегії та розробка напрямів стратегічного управління на довгострокову перспективу з метою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

Більшість менеджерів зосереджуються на розв'язанні поточних проблем, завишаючи поза увагою проблеми подальшого розвитку підприємства, не здійснюючи оцінку перспектив та прогнозування діяльності.

Для здійснення прогнозування та планування діяльності потрібен певний час та знання відповідних методів. Як правило, ні часу на планування, ні часу на володіння необхідними знаннями не вистачає. Тому доцільно мати якийсь універсальний спосіб стратегічного управління для будь-якого підприємства з тим, щоб застосовувати в системі перспективного управління своєї діяльності.

Запропоновано універсальну модель стратегічного управління підприємством, згідно якої спочатку здійснюється визначення місії діяльності підприємства, на основі чого визначається механізм стратегічного управління підприємством (рис. 1).

Цілі корпоративного стратегічного управління можуть включати:

- підвищити або відновити прибутковість компанії;
- удосконалити системи управління ресурсами;
- завойовувати нові ринки або розширювати сегменти існуючих ринків;
- розширити клієнтську базу;
- розширити спектр послуг;
- підвищення якості обслуговування тощо.