

небезпеки. За попередніми даними Головного управління статистики у Запорізькій області, протягом 2019 року у Запорізькій області утворилося 5404,1 тис. т відходів, що на 2,07 % більше, ніж у 2018 році, у т. ч. утворення відходів I-III класів небезпеки – 16,4 тис. т [3].

На сьогодні в області є проблема поводження з твердими побутовими відходами, виникнення і ліквідація несанкціонованих звалищ відходів. Роботу з підтримання санітарного стану території, організації збору побутових відходів, виявлення та ліквідації стихійних звалищ проводять комунальні та приватні підприємства, сільські та селищні ради, об'єднані територіальні громади із залученням суб'єктів підприємницької діяльності, що провадять господарську діяльність на підпорядкованій території.

При аналізі та оцінці поточного стану навколишнього середовища були використані статистичні дані та офіційні дані обласного та місцевих органів виконавчої влади, що реалізують державну політику у сфері охорони здоров'я. Основними екологічними проблемами області є забруднення атмосферного повітря, водних об'єктів, порушення гідрологічного та гідрохімічного режиму малих річок регіону, підтоплення земель і населених пунктів регіону, проблема поводження з промисловими та побутовими відходами, проблеми природно-заповідного фонду й охорони, використання та відтворення дикої фауни і флори.

Список використаних джерел

1. Завадських Г.М. Регіональна економіка: Навчальний посібник. / Г.М. Завадських. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 556 с.
2. Завадських Г.М. Регіональна економіка: курс лекцій [Г.П. Педченко, В.М. Тебенко]. Мелітополь: Люкс, 2020. 163 с.
3. Звіт про стратегічну екологічну оцінку Програми соціально-економічного та культурного розвитку Запорізької області на 2021 рік https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000156/156197.pdf

Науковий керівник: *Завадських Г. М., к.е.н. доцент кафедри ПТБД, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного*

ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кузнецова К.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Чітко сформована стратегія визначає поведінку підприємства на ринку з урахуванням умов зовнішнього середовища та вірогідно го характеру їх зміни, а також ресурсного потенціалу і конкурентних переваг, які забезпечують досягнення стратегічних цілей господарюючого суб'єкта. Стратегія поширюється на довгострокові, перспективні дії суб'єкта господарювання, а тому її формулювання та інструментарій реалізації виступають базою управління й ознакою його якості.

Таблиця 1.

Стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності
торговельних підприємств

Рівень ефективності економічної діяльності	Корпоративні стратегії	Базові конкурентні стратегії	Рекомендовані стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності
Абсолютний	Стратегія прискореного зростання	<i>Стратегія агресорів</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Постійне збільшення ринкової частки. - Концентрація зусиль на унікальності та якості товарного асортименту та торговельних послуг. - Інтенсифікація маркетингових заходів для залучення нових клієнтів. - Оптимізація складу та структури поточних витрат
Достатній			
Припустимий	Стратегія обмеженого зростання	<i>Стратегія оборонців</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Посилення інноваційної активності підприємства в області надання додаткових торговельних послуг. - Забезпечення цінових переваг у порівнянні з підприємствами-агресорами (за рахунок більш низьких операційних витрат). - Коригування цінової політики з урахуванням динаміки середньогалузевих цін на продукцію та послуги торговельного підприємства та динаміки доходів населення.
Гранично припустимий	Стратегія стабілізації (збереження позицій)	<i>Стратегія аналітиків</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Раціоналізація співвідношення постійних та змінних витрат, їх економія. - Збільшення ефективності використання власного капіталу. - Запровадження сучасних способів організації торговельного бізнесу (методів та форм продажу товарів та організації обслуговування покупців тощо).
Критичний	Стратегія скорочення діяльності	<i>Стратегії реагуючих</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Реструктуризація фінансово-економічної діяльності. - Скорочення операційних витрат та організація детального обліку за місцями їх виникнення. - Ліквідація нерентабельних напрямів діяльності (продукції, послуг).

Завдання реалізації стратегії торговельного підприємства полягає в забезпеченні створення стратегічного потенціалу успіху, з одного боку, і перетворенні його в стратегічні фактори успіху, – з іншого [1]. Так, перетворення стратегічного потенціалу в стратегічні фактори успіху є ключовою проблемою багатьох підприємств торгівлі, а тому, відповідно, і першочерговим завданням стратегічного менеджменту. Контроль реалізації стратегії має на меті забезпечення якісного зворотного зв'язку через постійне відстеження одержуваних результатів, порівняння їх із цілями та підготовку висновків щодо ефективності діючої стратегії.

Відправною точкою процесу розробки стратегії є визначення або перегляд місії підприємства. Місія торговельного підприємства – це важливий інструмент його керівників та організаторів для визначення довгострокової стратегічної орієнтації, яка повинна враховувати завдання підприємства з огляду на структуру продажів, його основних ринків і основних технологій; зовнішнє середовище підприємства та рівень соціальної культури.

Наступним етапом розробки стратегії торговельного підприємства є аналіз його внутрішнього середовища. Він передбачає здійснення аналізу доходів, витрат, фінансових результатів, товарних запасів, оцінку фінансового стану з метою виявлення сильних і

слабких сторін підприємства та визначення на цій основі його конкурентних переваг. Результати аналізу зовнішнього і внутрішнього середовищ дають змогу підготувати альтернативні варіанти стратегій із урахуванням визначених місії і цілей підприємства [5]. Наступним етапом є вибір базової стратегії на основі аналізу та оцінки стратегічних альтернатив і можливих способів досягнення встановлених цілей. Базова стратегія встановлюється з урахуванням численних факторів: виду торгівлі, характеру цілей, внутрішньої структури, територіальної розгалуженості компанії. Для обґрунтування базової стратегії.

У сучасних умовах нестабільного розвитку економіки та посилення конкуренції важливе місце в управлінні підприємством займає формування й реалізація конкурентної стратегії, яка включає довготермінові програми дій за всіма можливими функціональними напрямками діяльності та спрямована на дієву реалізацію, що забезпечить підприємству досягнення ринкового успіху. Розроблення ефективної конкурентної стратегії є складним і багатогранним процесом, необхідною передумовою досягнення стійкого функціонування підприємства, і має безперечну практичну цінність.

Список використаних джерел

1. Гуткевич С.О. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір. Монографія / С.О. Гуткевич, М.І. Пугачов, Г.М. Завадських, О.Г. Занозовська / за ред. проф. Гуткевич С.О.- Харків: Вид-во “Діса-плюс”, 2016.- 162.
2. Завадських Г.М. Передумови підвищення ефективності управління підприємствами АПК України / Г.М. Завадських // Науковий економічний журнал – “Інтелект ХХІ”. - 2015. - №3.- С. 22-26.
3. Завадських Г.М., Тебенко В.М. Проблеми та тенденції розвитку роздрібно торгівлі Запорізького регіону / Г.М. Завадських, В.М. Тебенко Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2017.- №1 (33).- С.105 - 113.
4. Завадських Г.М., Кубік Я.В. Стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2020. №1 (40). С. 115-125.
5. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Тнеслінський, І. В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010.– 384 с.

Науковий керівник: *Завадських Г. М., к.е.н. доцент кафедри ПТБД, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного*

СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Литвинов Р.А.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

В теперішній час актуальними є питання соціальної відповідальності бізнесу, для впровадження якої підприємствам необхідні соціальні інвестиції як механізм безпосереднього соціального поведіння. При цьому «... соціальну відповідальність доцільно розглядати як інститут сталого розвитку економіки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [3]. В той же час «... сьогодні одним з головних чинників формування соціального та людського капіталу, а також розвитку економіки в цілому стають соціальні інвестиції» [1, с. 191].

Соціальні інвестиції повинні бути взаємовигідними для всіх зацікавлених сторін, до яких можна віднести інвесторів, персонал підприємства, мешканців громад, органи державної влади та місцевого самоврядування, споживачів продукції і т.п. Важливими