

3) упровадження популярних (через зручність і швидкість) технологій самообслуговування, представлених QR-кодом; бездротовою передачею даних (NFC), які можна використовувати для отримання інформації про продукт; почтоматів або осередків для видачі замовлень. Все це дозволяє мінімізувати фізичну взаємодію в магазині, а також скоротити очікування при купівлі;

4) упровадження гнучких графіків обслуговування клієнтів для вразливих для вірусу категорій населення, таких як пенсіонери або люди, яким може знадобитися додаткова допомога при покупках. Це дозволяє не тільки продемонструвати турботу ритейлерів про всі демографічні категорії, але і знизити навантаження на персонал.

Загалом, пріоритет надається перспективним напрямкам автоматизації процесів складування, покупок і обслуговування з метою зниження витрат і мінімізації контактів між покупцями і продавцями.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Бобров О.О., гр. ДМП – ПОЕК20

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **В.І. Чобіток**
Українська інженерно-педагогічна академія

В умовах ринкової трансформації національної економіки України вектор ефективного управління розвитком підприємств набуває особливої уваги, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності не тільки на вітчизняному ринку, але й на міжнародному. Практика свідчить про те, що успіх підприємства залежить від того, які механізми та інструменти були використані при формуванні і реалізації стратегічного розвитку.

Реалізація ефективної стратегії розвитку підприємств полягає у проведенні певних змін, в результаті чого виникає певний опір, чисельні проблеми і перешкоди.

Зміни сучасних етапів стратегічного розвитку підприємств – це великі зміни в усіх економічних сферах, які, у свою чергу, впливають на систему управління, завдяки чому виникає необхідність розглядати це як динамічний процес.

Фактори, які сприяють стратегічному розвитку підприємства, наведено на рис. 1.

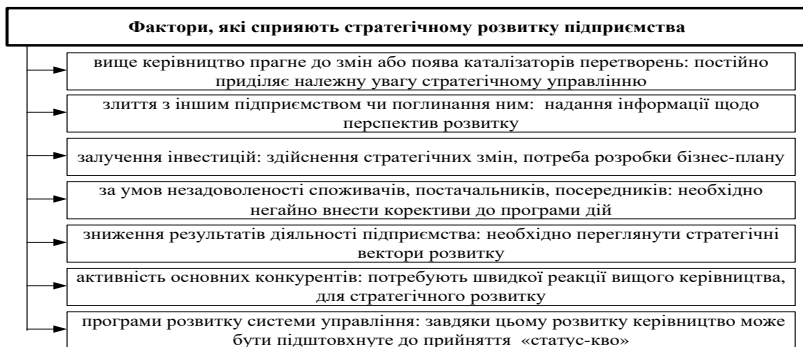


Рис. 1. Фактори, які сприяють стратегічному розвитку підприємства

Застосування того чи іншого фактора без зв'язку з іншими не забезпечує оптимального стратегічного розвитку підприємства. На сьогоднішній день сучасне ведення бізнесу вимагає переосмислення основних факторів стратегічного розвитку підприємства.

ПРОБЛЕМИ НЕФОРМАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ

Богдалін В.І., Бесєдін А.Р., гр. МОз-17

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.І. Безгінова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Коронавірусна криза має цілий ряд наслідків для бізнесу. У сфері пропозиції криза і ізоляційні заходи викликали брак робочої сили, викликаний хворобою працівників або необхідністю залишатися вдома з дітьми. Порушення роботи міжнародних та внутрішніх ланцюжків постачання породжували дефіцит проміжної продукції. Карантинні заходи привели до різкого падіння попиту в «нежиттєзабезпечуючих» галузях, що призвело до браку готівки, особливо в секторі малих і середніх підприємств, капітал яких обмежений. Економічний спад, супроводжуваний звільненнями і зростанням рівня нестабільності, призвів до скорочення споживання і, відповідно, доходів багатьох вітчизняних суб'єктів господарської діяльності.

Так, в Україні, де реальний прожитковий мінімум становить 115–130 дол. США на місяць, частка населення за межею бідності мала