

У науковій літературі існує підхід, згідно якого чинники зовнішнього середовища систематизують з урахуванням їх значущості для діяльності підприємства. Відповідно цієї ознаки Л.О. Лігоненко виділяє три групи чинників: а) найбільш динамічні, які формуються під впливом змін попиту, діяльності конкурентів, змін на ринку ресурсів; б) чинники, характер впливу яких на діяльність підприємства з часом суттєво не змінюється; в) специфічні чинники, дослідження яких дає можливість оцінити потенційні можливості розвитку підприємства. Вважаємо, що під час розробки адаптаційної стратегії у першу чергу необхідно враховувати чинники першої групи, які формують найближче середовище та можуть бути подані сукупністю зв'язків торговельного підприємства з постачальниками, споживачами, конкурентами.

## **ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Резнік М.О., гр.Е-26**

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.М. Смольнякова**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасною специфікою характеру споживчого вибору відносно форми придбання та розгляду потенційного товару є широке використання онлайн каналів. В епоху активного розвитку новітніх технологій все важливішим стає проблема залучення та зацікавлення клієнтів в інтернет-середовищі. Застосування різноманітних інструментів діджитал маркетингу допомагають компаніям зрозуміти сучасні вимоги та потреби споживача, збирати великі обсяги статистичних даних та приймати ефективні рішення.

Одним з найбільш ефективних сучасних інструментів впливу на споживчий вибір та формування перспективних «бажань» покупців є використання так званої «доповненої реальності». Доповнена реальність – змішана реальність, створювана за допомогою комп'ютера з використанням «доповнених» елементів сприйняття реальності.

У період дослідження даного інструмента було виявлено, що окрім впливу на споживачів, допомагає суттєво знизити рівень витрат на ті чи інші елементи діяльності компанії. Це стосується не лише маркетингових витрат, але й торговельних, логістичних тощо.

Аналізуючи сучасний ринок, найбільш активними галузями, що використовують доповнену реальність стали: косметична, розважальна, машинно-будівельна, текстильна, модна та інженерія. В

цих галузях, дана технологія допомогла знизити собівартість виробництва, покращити процес обслуговування, переосмислити процес залучення клієнтів до покупки та взаємодії з ними, покращити сервіс та інше. Яскравим прикладом є компанія «L'Oreal», яка використовує доповнену реальність, задля зниження витрат та покращення активності споживачів. На сьогодні, дана технологія розвинута, тільки на іноземному ринку тому її впровадження буде представляти собою інновацію для споживчого ринку України.

## **ПРОЕКТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА НОВОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО УСТАТКУВАННЯ В СЕРЕДОВИЩІ MS PROJECT**

**Ростопіра І.В., гр. БАЗ-49М**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Чаговець**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Для ефективної організації бізнесу важливу роль відіграють проекти, що дозволяють застосувати науковий підхід до вирішення завдань оперативно-календарного планування та управління. У відповідності з традиційними підходами мета оперативно-календарного планування визначається як мінімізація тривалості виконання проекту при обмеженнях на наявні ресурси. Основним методом оперативно-календарного планування є мережеве планування та управління. Воно має три етапи: структурне планування, календарне планування та оперативне управління.

Особливе місце серед програмних продуктів для управління проектами займає пакет MS Project. MS Project дозволяє розглянути проект в будь-який перспективі та дає можливість переходу від одного представлення до іншого. Спеціальні інструменти допомагають порівняти альтернативи «що-якщо» для оперативного реагування на умови, що змінилися обставини.

Використовуючи різні інструментальні засоби програмного продукту MS Project, розроблено шаблон проекту виробництва нового торговельного устаткування, який передбачає виконання таких робіт: розробка технічного завдання, його узгодження, розробка подетального плану робіт, створення апаратного забезпечення, створення програмного забезпечення, випуск устаткування, дослідна експлуатація, тестування, виправлення (корекція, доробка), оформлення документації, навчання персоналу, здача на склад готової продукції. Визначено загальну вартість проекту, враховуючи, що він виконується різними виконавцями.