

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

ЗУБКОВ СЕРГІЙ ОЛЕКСАНДРОВИЧ



УДК 339.3:330.3:001.82(043.3)

**МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Харків – 2020

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор економічних наук, професор
Гросул Вікторія Анатоліївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі, завідувач кафедри економіки та управління.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Валінкевич Наталія Василівна,
Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, професор кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності;

доктор економічних наук, професор
Міценко Наталія Григорівна,
Львівський торговельно-економічний університет Центральної спілки споживчих товариств України, завідувач кафедри економіки;

доктор економічних наук, професор
Павлова Валентина Андріївна,
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», професор кафедри міжнародної торгівлі і торговельного підприємництва.

Захист дисертації відбудеться «15» грудня 2020 року об 11⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.088.02 у Харківському державному університеті харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий «14» листопада 2020 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



Л.М. Янчева

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Результатом ефективного функціонування підприємства є його розвиток і зростання. Сучасні економічні умови характеризуються високою динамічністю та невизначеністю, наявністю жорсткої конкуренції, що вимагає від підприємства формування стратегії розвитку з урахуванням змін ринкового середовища та адаптації до них внутрішніх параметрів функціонування. Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення ефективності та конкурентоспроможності підприємств, залежить від розвиненості методологічних засад формування стратегії їх розвитку.

Формування стратегії розвитку підприємств є складним процесом наукового та практичного пізнання, являє собою складну багатогранну систему, яка поєднує в собі сукупність цілісних взаємопов'язаних управлінських дій та функціональних елементів. Від вдало обраної стратегії розвитку залежить досягнення довгострокових конкурентних переваг підприємства, які забезпечують його виживання, стійке функціонування та розвиток.

Вирішення теоретико-методологічних завдань формування стратегії розвитку підприємств спрямовано на виконання Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», низки регіональних програм підтримки та стратегій розвитку підприємництва в частині надання науково-методологічної та практичної допомоги суб'єктам малого і середнього підприємництва.

Торгівля як вид економічної діяльності займає вагомe місце у формуванні ключових показників соціально-економічного розвитку України, найбільш динамічно розвивається і характеризується високим рівнем конкуренції. Забезпечення сталих процесів розвитку підприємств торгівлі значно впливає на показники соціально-економічного розвитку країни. Суттєві зміни у складності зовнішнього середовища підприємств торгівлі посилюють невизначеність прийняття та реалізації управлінських рішень стратегічного та тактичного характеру, що актуалізує розробку методологічної підтримки процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі.

Багатоаспектність проблеми формування стратегії розвитку підприємств торгівлі обумовлюють актуальність теми дослідження.

До вирішення проблем розвитку підприємств у своїх дослідженнях зверталися багато зарубіжних вчених, зокрема І. Адісес, Р. Акофф, Ж.Р. Будвіль, Л. Грейнер, Х. Ласуен, Б. Лівехуд, Ф. Перру, П. Потье та інші. У вітчизняній економічній літературі проблема розвитку підприємств висвітлена у працях вчених: О.М. Вініченко, А.Е. Воронкова, С.П. Дунда, В.І. Кифяк, В.Н. Кошельник, О.В. Люльов, Л.Г. Мельник, Ю.С. Погорелов, О.В. Раєвнева, Н.Л. Савицька, Н.В. Цопа та інших.

Проблеми формування стратегії розвитку підприємств висвітлювались у роботах фундаторів стратегічного управління І. Ансоффа, Р. Каплана, Ф. Котлера, М. Мескона, Г. Мінцберга, Д. Нортонa, А. Стрикленда, А. Томпсона та ін. Окремі аспекти обґрунтування стратегій розвитку висвітлили у своїх

працях вітчизняні вчені А.М. Баланович, Н.В. Валінкевич, С.А. Варламов, С.М. Василюга, О.М. Дроб, В.В. Єременко, О.В. Кравченко, Т.І. Лепейко, Ю.І. Мацкевич, Н.М. Тюкавкін, В.К. Ядикін та інші.

Теоретико-методологічні аспекти процесів розвитку та обґрунтування стратегій розвитку підприємств торгівлі висвітлювали зарубіжні вчені С. Арнольд, В. Девідсон, Н. Джонсон, Е. Кайнак, Р. Козінець, М. Леві, М. Макнейр, С. Семпсон, М. Форестер, Д. Хандельман, С. Холландер, та українські вчені Г.С. Баламут, М.Г. Безпарточний, В.А. Гросул, В.І. Корсак, О.І. Литвинов, Н.Г. Міценко, В.А. Павлова та інші.

З урахуванням цінності наявних досліджень сьогодні існує необхідність наукового осмислення новітніх теоретичних та методологічних тенденцій у формуванні стратегії розвитку підприємств торгівлі. Не дивлячись на численні напрацювання, вирішення проблеми формування стратегії розвитку підприємств торговельної галузі залишаються недостатньо розробленими та через значну турбулентність зовнішнього середовища потребують подальших наукових, теоретичних, методологічних та практичних досліджень з метою їхньої адаптації до нових умов сьогодення та потреб бізнесу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Харківського державного університету харчування та торгівлі:

– за міжнародними темами: «Research of youth entrepreneurship problems in Eastern Partnership Countries» («Дослідження проблем молодіжного підприємництва в країнах Східного партнерства») (Grant Agreement 589942-EPP-1-2017-1-UA-EPPKA2-SBY-EP-PE), де автором досліджено умови діяльності та розвитку суб'єктів підприємництва в Україні;

– за держбюджетними темами: «Ціннісно-орієнтоване управління реалізацією ресурсного потенціалу торговельного підприємства» (№ держреєстрації 0113U000153), де автором розроблено систему оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу торговельного підприємства, обґрунтовано основні елементи організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства; «Обґрунтування стратегії розвитку підприємств сфери харчування України в умовах трансформації економіки та глобалізації світових економічних процесів» (№ держреєстрації 0119U002176), де автором досліджено методологічні підходи та методи дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування;

– за бюджетними темами: «Управління розвитком суб'єктів підприємництва» (№ держреєстрації 0118U007229), де автором удосконалено формування системи управління стійким розвитком торговельного підприємства; «Управління фінансово-економічною безпекою підприємств роздрібною торгівлі» (№ держреєстрації 0114U006528), де автором здійснено Обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств роздрібною торгівлі; «Управління торговельною інфраструктурою регіонального споживчого ринку» (№ держреєстрації 0113U001073), де автором здійснено аналіз динаміки розвитку роздрібною торгівлі з урахуванням регіональних особливостей; «Управління оборотними

активами в підприємствах роздрібно́ї торгівлі» (№ держреєстрації 0110U006625), де автором розроблено багатокритеріальний підхід до обґрунтування політики фінансування оборотних активів у підприємствах роздрібно́ї торгівлі;

– за госпдоговірними темами: «Формування концепції розвитку підприємства» (№ держреєстрації 0120U103396, керівник теми), де автором розроблено концепцію ядра розвитку підприємства, систему показників оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства, методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства, методичний інструментарій вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств; «Формування конкурентної стратегії підприємства» (№ держреєстрації 0119U102081), де автором удосконалено концептуальну модель формування конкурентної стратегії підприємства та Методичний інструментарій визначення оптимального типу конкурентної стратегії підприємства; «Розробка науково-практичних підходів до формування стратегії розвитку суб'єктів господарювання (№ держреєстрації 0117U006789), де автором розроблено методичний підхід до формування стратегії розвитку суб'єктів господарювання; «Управління стійким розвитком суб'єктів підприємництва (№ держреєстрації 0117U000669), де автором розроблено методичний підхід до визначення базової стратегії управління стійким розвитком суб'єктів підприємництва; «Оцінювання результативності реалізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі» (№ держреєстрації 0113U002906), де автором обґрунтовано систему показників оцінки ефективності реалізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі; «Комплексна оцінка реалізації ресурсного потенціалу торговельного підприємства» (№ держреєстрації 0114U004990), де автором обґрунтовано систему показників оцінки реалізації ресурсного потенціалу підприємств торгівлі.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка та наукове обґрунтування теоретико-методологічних положень, практичних рекомендацій щодо формування стратегії розвитку підприємств торгівлі.

Для досягнення визначеної мети поставлено та вирішено такі науково-практичні завдання:

- визначити актуальні тренди та особливості сучасного розвитку торговельної галузі України;
- розробити концептуальні засади розвитку підприємств торгівлі;
- обґрунтувати теоретико-методологічний базис формування стратегії розвитку підприємства торгівлі;
- визначити загальнонаукові методологічні підходи до дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі;
- систематизувати міждисциплінарні методологічні підходи дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі;
- виокремити конкретно-методологічні підходи досліджень процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі;
- обґрунтувати концептуальну модель та розробити науково-методичний

підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі;

– запропонувати систему оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі;

– удосконалити науково-методичний підхід до управління фінансуванням основної діяльності підприємств торгівлі;

– розробити теоретико-методологічний базис підтримки бізнес-моделі підприємства торгівлі;

– обґрунтувати науково-методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності та рівня інноваційної активності бізнес-моделі підприємств торгівлі;

– запропонувати науково-практичний підхід до оцінки ефективності управління та необхідності стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі;

– обґрунтувати вибір корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі;

– розробити методичний інструментарій для оцінювання ефективності стратегій інтеграції підприємств торгівлі;

– запропонувати науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес формування стратегії розвитку підприємства торгівлі.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні, методичні та прикладні засади формування стратегії розвитку підприємств торгівлі.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, сучасних теорій управління та стратегії та розвитку підприємства, наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем менеджменту, стратегічного управління, праці у галузі стратегій розвитку підприємства, бізнес-моделювання, ресурсного забезпечення підприємства.

Для досягнення поставленої мети та вирішення визначених завдань використано загальнонаукові та специфічні методи: діалектичного пізнання, наукового абстрагування, морфологічного аналізу, порівняння, синтезу, теоретичного узагальнення – для дослідження теоретичних засад формування стратегії розвитку підприємства торгівлі; систематизації та декомпозиції – для розробки науково-методологічного апарату дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі; статистичний, динамічний та структурний аналіз – для визначення динаміки процесів розвитку підприємств торгівлі; формалізації – для побудови моделі ядра розвитку підприємства; історичний та контент-аналіз – для дослідження теорії розвитку підприємства; системного аналізу – для обґрунтування концептуального бачення розвитку підприємства торгівлі; експертного опитування – для формування системи показників оцінки інноваційної активності бізнес-моделі підприємств торгівлі, прийняття рішення щодо стратегічної трансформації поточної бізнес-моделі

підприємства торгівлі; економіко-статистичні – для формування оціночної вербально-числової шкали прийняття рішення щодо стратегічної трансформації поточної бізнес-моделі підприємства торгівлі; матричний – для формування науково-методичних підходів оцінки рівня інноваційної активності бізнес-моделі, визначення загального рівня ефективності управління бізнес-моделлю підприємства торгівлі та напрямку стратегічної трансформації поточної бізнес-моделі підприємства торгівлі, вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі, стратегій зростання вартості підприємства торгівлі на основі показника EBITDA, оцінки динаміки розвитку підприємства торгівлі; графічне і табличне представлення – для візуалізації одержаних результатів дослідження (усі розділи дисертації); абстрактно-логічний – для теоретичних узагальнень і висновків за результатами дослідження.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні акти України; дані Державної служби статистики України, фінансова звітність підприємств торгівлі, Internet-ресурси, монографії, періодичні видання, публікації рейтингових агентств та консалтингових компаній, власні аналітичні розрахунки.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці нових теоретико-методологічних підходів до формування стратегії розвитку підприємств торгівлі. Основні наукові результати полягають у наступному.

Уперше:

– сформульовано концептуальне бачення розвитку підприємств торгівлі, яке базується на теорії систем і концепції системного ядра і розглядається як процес незворотних кількісних та якісних змін, що відбуваються в ресурсному потенціалі підприємства згідно визначених стратегічних програм, сприяє адаптації до зовнішнього середовища та підвищенню ефективності діяльності;

– обґрунтовано концепцію формування стратегії розвитку підприємств торгівлі, яка формує цілісне бачення взаємозв'язку теоретичного і методологічного базисів та запропонованої динамічної моделі ядра розвитку підприємства, що відображає сукупний вплив змінної геометрії трьох компонентів ядра (стратегії, бізнес-моделі та ресурсного потенціалу) на розвиток господарюючого суб'єкта під тиском зовнішнього середовища та дозволяє визначити оптимальний варіант подальшого розвитку підприємств торгівлі за відповідних умов;

– розроблено методологічний базис формування стратегії розвитку, в основу якого покладено концепцію ядра розвитку підприємств торгівлі, що базується на процесному підході внутрішньокomпонентного функціонування стратегічної, ресурсної компонент і компоненти бізнес-моделі та слугує теоретико-методичним забезпеченням вибору стратегічних пріоритетів розвитку підприємств торгівлі;

– розроблено теоретико-методологічний базис підтримки бізнес-моделі підприємств торгівлі, що ґрунтується на виокремленні ключових її елементів, обґрунтованих на цій основі типах форматів бізнес-моделі, методологічній підтримці ключових властивостей бізнес-моделі – конкурентоспроможності, інноваційності та ефективності, оцінка яких слугує орієнтиром для подальшої її

стратегічної трансформації, що забезпечує актуальність поточної бізнес-моделі відповідно до вимог споживчого ринку.

Удосконалено:

– систему оцінки ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, яка являє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів (суб'єкт, об'єкт, система цілей, оціночні принципи, критерії, методи, релевантні методичні підходи та показники оцінки), та, на відміну від існуючих, ураховує специфіку ресурсного потенціалу підприємства торгівлі та дозволяє на основі застосування розробленої системи показників оцінки виявляти проблемні місця у використанні елементів ресурсного потенціалу в процесі функціонування ядра розвитку підприємства торгівлі;

– науково-методичний підхід до управління фінансуванням основної діяльності підприємств торгівлі, що, на відміну від наявних, базується на 9-стадійній процесній моделі управління джерелами фінансування оборотних активів, яка передбачає багатокритеріальну оптимізацію джерел фінансування (одночасно за критеріями забезпечення достатності коштів для фінансування, платоспроможності, фінансової стійкості, мінімізації вартості залучення оборотних активів) та дозволяє підвищити ефективність управління фінансовим забезпеченням основної діяльності підприємств торгівлі;

– науково-методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності та інноваційності бізнес-моделі підприємств торгівлі який, на відміну від існуючих, враховує галузеву специфіку торговельної діяльності та вибудовується навколо запропонованої системи критеріїв ефективності (цільової, реалізацій, витратної, соціальної, інвестиційної, реактивної) та дозволяє на основі виявлених оціночних суджень визначити тип управлінської реакції на важливість оновлення поточної бізнес-моделі;

– науково-практичний підхід до необхідності стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі, який, на відміну від наявних, ґрунтується на запропонованій моделі оцінки рівня ефективності управління бізнес-моделлю за визначеними критеріями, що дозволяє використовуючи матричний підхід та на основі порівняння стратегічних альтернатив визначити оптимальну стратегію трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі.

Набуло подальшого розвитку:

– структуризація підходів науково-методологічного апарата дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі, що відрізняється від загальноприйнятих виокремленням групи загальнометодологічних, міждисциплінарних та специфічних підходів, комбіноване використання яких забезпечує наукову обґрунтованість, адекватність та реалістичність прийняття управлінських рішень щодо подальшого розвитку підприємств торгівлі;

– науково-методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі для цілей розвитку, що відрізняється від існуючих обґрунтованим інформаційно-методичним забезпеченням процесу пошуку невикористаних резервів ресурсного потенціалу на основі інструментів бенчмаркінгу та послідовністю

організації такої діяльності, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств торгівлі за рахунок більш повної реалізації наявних можливостей їх розвитку;

– науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на запропонованій концепції типізації торговельних кластерів «4К», в основу якої покладено характер відносин між учасниками (конкурентний, комплементарний, корпоративний, колабораційний) на матриці типізації торговельних кластерів, що дозволяє обґрунтувати та визначити доцільність участі підприємства в кластері залежно від узгодженості корпоративної стратегії типу кластеру та наявності позитивного синергетичного ефекту, обрати релевантну форму участі в ньому та одержати економічний ефект;

– методологічний базис стратегічної компоненти ядра розвитку, який включає три складові: аналітичну, яка передбачає оцінку динаміки розвитку торговельних мереж; планувальну, що передбачає обґрунтування вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі та імплементаційну, що орієнтована на реалізацію обраних стратегій розвитку, шляхом здійснення стратегічних змін у діяльності підприємства торгівлі. Даний методологічний апарат дозволяє здійснювати відповідний управлінський вплив на ресурсну компоненту та компоненту бізнес-моделі з метою реалізації обраної стратегії розвитку.

Практичне значення одержаних результатів і висновків полягає в доведенні основних науково-теоретичних результатів дисертаційного дослідження до рівня практичного інструментарію. Найбільшу практичну цінність мають результати, що підтверджуються впровадженням у діяльність:

– на регіональному рівні – у діяльності Департаменту економіки та міжнародних відносин Харківської обласної державної адміністрації (довідка № 05-29.2315 від 17.06.2020 р.) в контексті реалізації «Програми сприяння розвитку малого та середнього підприємництва в Харківській області на 2016 – 2020 роки» в частині інформаційно-маркетингової підтримки суб'єктів підприємництва відповідним методичним інструментарієм, а також «Стратегії розвитку Харківської області на 2021-2027 роки» в частині ресурсно-інформаційної підтримки розвитку малого та середнього підприємництва; діяльності Харківської міської ради (довідка № 08-21.1526.2-20 від 25.06.2020 р.) в контексті реалізації: «Стратегії розвитку міста Харкова до 2020 року» в частині досягнення стратегічної мети 2. Розумна економіка міста і забезпеченість населення робочими місцями, операційної мети 2.1. Інноваційно-активне підприємницьке місто, напрямку 2.1.2. Харків – активне підприємницьке місто, зокрема формування інфраструктури підтримки підприємництва; «Програми економічного та соціального розвитку м. Харкова на 2020 рік» в частині формування позитивного бізнес-середовища міста, забезпечення інформаційної та організаційної підтримки суб'єктів господарювання в розробці бізнес-планів, інвестиційних проектів, підвищення ефективності господарської діяльності; «Програми підтримки розвитку підприємництва у м. Харкові на 2018-2022 роки» в реалізації основних заходів та механізмів підтримки підприємництва, зокрема

завдання 4.3. Ресурсне та інформаційне забезпечення підприємництва;

– на рівні суб'єктів господарювання – у діяльність ТОВ «Восторг» (довідка №245/2 від 12 лютого 2020 р.) впроваджено науково-методичний інструментарій оцінки динаміки розвитку торговельних мереж та методичний інструментарій вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання торговельної мережі; ТОВ «Мегатрейд» (довідка від 19 травня 2020 р.) – методичний підхід до управління вартістю торговельної мережі та методичний інструментарій вибору стратегій зростання вартості торговельної мережі на основі показника ЕВІТДА; ПФ «ОФСЕТ» (довідка від 28 лютого 2020 р.) – науково-методичний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, система оцінки ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, система показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі; ТОВ «ВУПІ» (довідка від 19 травня 2020 р.) – методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі, методичний підхід до вибору типу стратегії трансформації поточної бізнес-моделі, методичний інструментарій оцінки інноваційної активності бізнес-моделі, методичний підхід до оцінки ефективності управління поточною бізнес-моделлю підприємства торгівлі, система показників оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі, система показників оцінки ефективності управління ключовими процесами бізнес-моделі підприємства торгівлі; ТОВ «ЕНПЛАНТС» (довідка від 02.03.2020 р.) – науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі.

– в організації навчального процесу кафедри економіки та управління Харківського державного університету харчування та торгівлі, зокрема, для удосконалення науково-методичного забезпечення викладання дисциплін «Стратегічне управління», «Управління змінами», «Управління стратегічними змінами» (акт впровадження від 10.03.2020 р.), а також в організації навчального процесу Вірменського державного економічного університету (м. Єреван, Вірменія) під час викладання дисциплін «Стратегічний менеджмент», «Дизайн бізнес-процесів», «Управління бізнес-ризиками» (акт впровадження 01/01-626 від 12.05.2020 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є результатом самостійно виконаного наукового дослідження. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, які містяться в роботі, одержано автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного й практичного матеріалу. Особистий внесок здобувача у працях написаних у співавторстві, зазначено у списку опублікованих праць.

Апробація результатів дисертації. Основні результати досліджень обговорювались на 17 міжнародних, 1 всеукраїнській, 1 регіональній науково-практичних конференціях, що відображено в публікаціях [31-49].

Публікації. Результати дисертаційної роботи опубліковано у 54 працях, серед яких: одноосібна монографія (загальним обсягом 20,6 друк. арк.), 5 розділів в колективних монографіях (загальним обсягом 63,5 друк. арк., особисто автору належить 7,9 друк. арк.), 22 статті у наукових фахових виданнях України,

внесених до міжнародних наукометричних баз (загальним обсягом 11,5 друк. арк., де особисто автору належить 9,6 друк. арк.), 1 стаття у зарубіжному виданні економічного профілю (загальним обсягом 0,6 друк. арк., де особисто автору належить 0,4 друк. арк.), 1 стаття в іншому науковому виданні України (загальним обсягом 0,4 друк. арк., де особисто автору належить 0,3 друк. арк.), 2 свідоцтва на авторське право, 19 тез доповідей на міжнародних, всеукраїнській та регіональній наукових конференціях (загальним обсягом 3,19 друк. арк., де особисто автору належить 2,66 друк. арк.); 1 науковий звіт та 2 навчальних посібники (загальним обсягом 31,5 друк. арк., де особисто автору належить 3,3 друк. арк.). Загальний обсяг публікацій становить 131,29 друк. арк., з яких особисто автору належить 44,76 друк. арк. У публікаціях повною мірою відображені всі основні результати дисертаційної роботи.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Робота складається з анотації, списку публікацій за результатами дослідження, вступу, п'ятих розділів, списку використаних джерел, додатків. Основний текст дисертації складає 375 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 59 рисунків, 41 таблицю (займають 21 сторінку) та 35 формул. Дисертація містить список використаних джерел із 598 найменувань, розміщених на 58 сторінках та 9 додатків на 57 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, розкрито зв'язок роботи з науковими темами, сформульовано мету та завдання дослідження, визначено об'єкт, предмет і методологічну базу дослідження, висвітлено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, особистий внесок здобувача, наведено відомості щодо їхньої апробації, кількість і обсяг публікацій за результатами дослідження, структура та обсяг дисертаційної роботи.

У першому розділі **«Концептуальні засади розвитку підприємств торгівлі»** визначено актуальні тренди та особливості сучасного розвитку торговельної галузі України, розроблено концептуальні засади розвитку підприємств торгівлі, обґрунтовано теоретико-методологічний базис формування стратегії розвитку підприємства торгівлі.

На основі дослідження особливостей розвитку торговельної галузі в Україні визначено, що частки внеску торгівлі у складі основних економічних показників України чинять вагомий вплив на їх формування підприємствами торгівлі. Так, значна питома вага кількості підприємств торгівлі у загальній кількості підприємств (26,8% станом на кінець 2019 р.) обумовлює вагому частку обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств торгівлі в загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг), яка дорівнює 39,7%. Доведено, що негативний вплив політичних, економічних та соціальних чинників у середині 2014-2015 рр. відбився на зниженні майже всіх показників розвитку підприємств торгівлі, а їхнє зростання з початку 2016 р. до теперішнього часу має стійку тенденцію, проте і досі за багатьма з них досягнути рівня 2013 р. не вдалося. Встановлено негативний вплив чинників зовнішнього середовища на споживчий ринок, що проявляється у зниженні його місткості

через сталу тенденцію до скорочення чисельності населення та повільного зростання його реальних доходів. На фоні загострення конкуренції на локальних споживчих ринках, виявлено тенденцію до зростання мережевої торгівлі на фоні скорочення локальних торговельних об'єктів (за 1990-2017 рр кількість магазинів скоротилася майже у чотири рази з 120,6 тис. од. у 1990 р. до 32,7 тис. од. у 2017 р.), що виявляється у концентрації торговельних площ під управлінням обмеженої кількості торговельних мереж. За таких умов обґрунтовано необхідність методологічного забезпечення розвитку підприємств торгівлі.

На основі результатів дослідження теоретичних засад розвитку підприємства обґрунтовано його авторське концептуальне бачення та запропоновано визначати розвиток підприємства як процес незворотних кількісних та якісних змін, що відбуваються в ресурсному потенціалі підприємства згідно визначених стратегічних програм, сприяють адаптації до зовнішнього середовища та підвищенню ефективності діяльності.

На цій основі встановлено, що складовими розвитку є кількісні та якісні зміни; збільшення потенціалу підприємства; адаптація до зовнішнього середовища; підвищення ефективності діяльності підприємства, при цьому, розвиткові підприємства властиві незворотність, цілеспрямованість, закономірність, адаптивність. Таке концептуальне бачення дозволяє комплексно подати розуміння розвитку підприємства, яке є підставою для теоретико-методологічного обґрунтування концепції розвитку підприємства торгівлі.

На основі розвитку концепції економічного ядра з метою врахування найбільш вагомих детермінант розвитку підприємства розроблено концепцію ядра розвитку підприємства, яка передбачає взаємодію трьох компонент (рис. 1): стратегічна компонента визначає напрями розвитку, заходи їх досягнення; ресурсна компонента забезпечує мобілізацію необхідних для цього ресурсів; компонента бізнес-моделі сприяє зростанню ефективності обраного виду діяльності. Забезпечуюча підсистема зумовлює необхідність формування особливого методичного забезпечення реалізації ключових процесів формування та взаємодії складових компонент ядра розвитку підприємства. Призначенням результуючої підсистеми ядра є підведення підсумків діяльності підприємства, обмін інформацією із внутрішнім та зовнішнім середовищем. Визначені складові ядра розвитку підприємства охоплюють ключові сфери управлінської діяльності на підприємстві, а застосування концепції ядра розвитку в діяльності підприємств сприятиме формуванню умов для їхнього гармонійного розвитку.

Спираючись на авторське бачення ядра розвитку, запропоновано концепцію формування стратегії розвитку господарюючих суб'єктів торговельної галузі (рис. 2), в основу якої покладено динамічну модель ядра розвитку підприємства, що відображає сукупний вплив змін складових компонентів на його розвиток під тиском зовнішнього середовища. Динамічна модель відображає безперервний процес взаємодії трьох компонентів: ресурсів, бізнес-моделі та стратегії, на перетині яких утворюється ядро розвитку підприємства. Рух кіл під впливом зміни зовнішнього середовища буде збільшувати або зменшувати площу перетину кіл, що характеризуватиме потенціал розвитку підприємства.

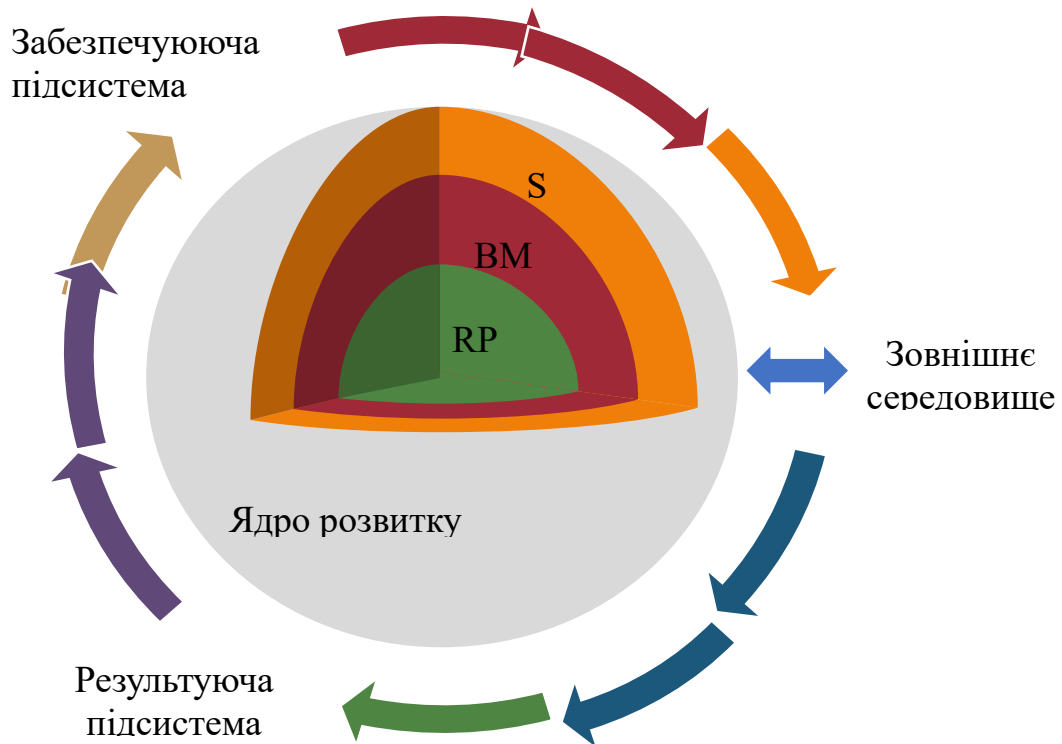


Рис. 1. Концепція ядра розвитку підприємства:
 S – стратегічна компонента, BM – компонента бізнес-моделі, RP – ресурсна компонента.

Метою запропонованої концепції формування стратегії розвитку підприємства торгівлі (рис. 2) є забезпечення ефективності процесів кількісних та якісних змін відповідно до умов внутрішнього та зовнішнього середовища для формування та підтримки його конкурентних переваг. Основними завданнями концепції є: забезпечення мобілізації ресурсного потенціалу для цілей розвитку підприємства торгівлі; забезпечення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства торгівлі; забезпечення конкурентоспроможності та інноваційної активності бізнес-моделі підприємства торгівлі; забезпечення ефективності управління та стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі відповідно до умов зовнішнього середовища; обґрунтування вибору стратегій зростання підприємства торгівлі; впровадження системи управління стратегічними змінами на підприємстві торгівлі.

У перебігу дослідження аргументовано, що теоретичним базисом концепції формування стратегії розвитку підприємства торгівлі є сукупність загальних теорій розвитку, теорій, що підтримують компоненти ядра розвитку підприємства та теорій розвитку підприємств торгівлі. Методологічний базис концепції складає сукупність науково-методичних та науково-практичних підходів, що підтримують функціонування складових компонентів ядра розвитку за двома напрямками: методологічне забезпечення формування стратегії розвитку підприємства торгівлі та методологічного забезпечення формування ядра розвитку (рис. 3). Методологічне забезпечення формування стратегії розвитку підприємства торгівлі спрямовано на обґрунтування методів

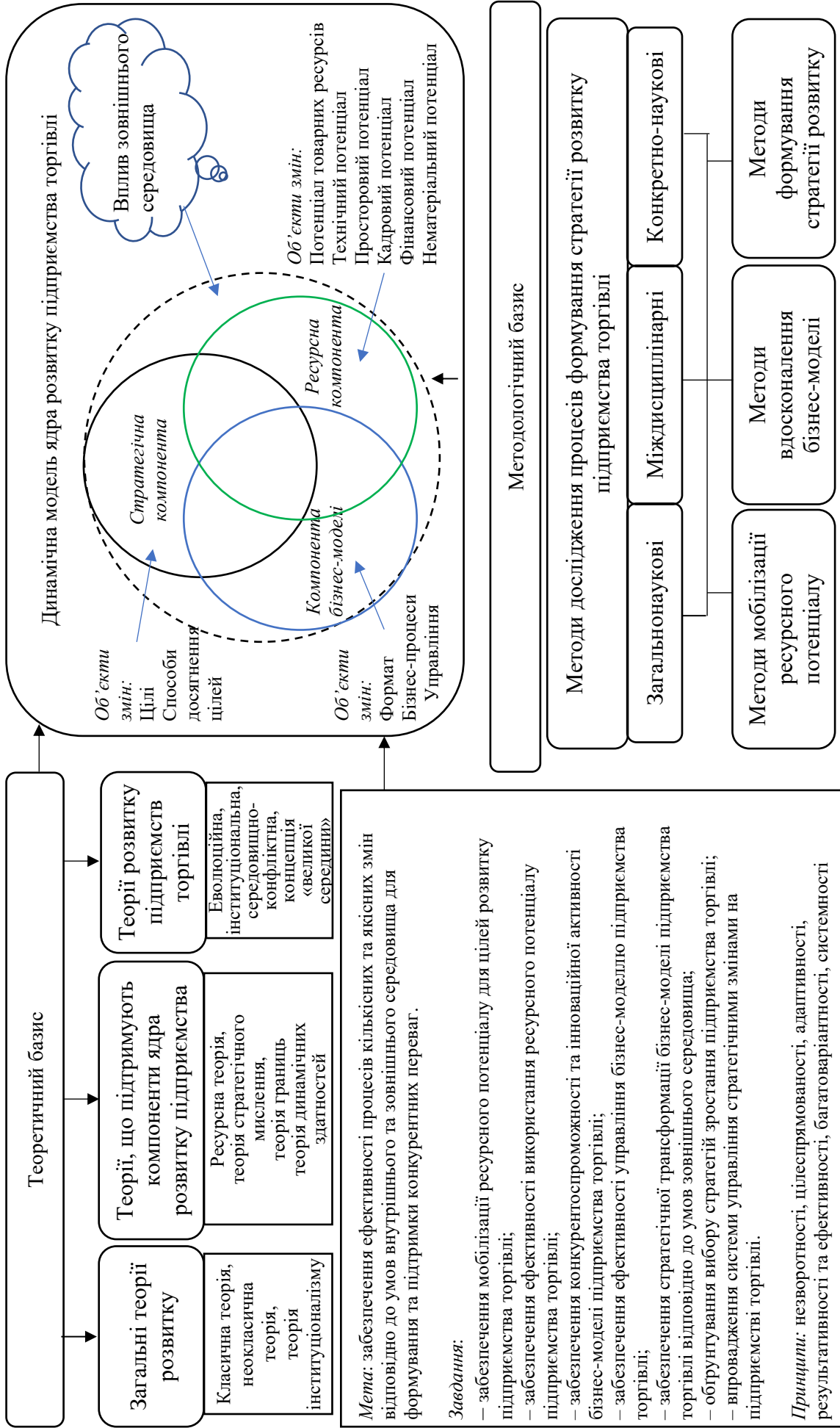


Рис. 2. Концепція формування стратегії розвитку підприємств торгівлі

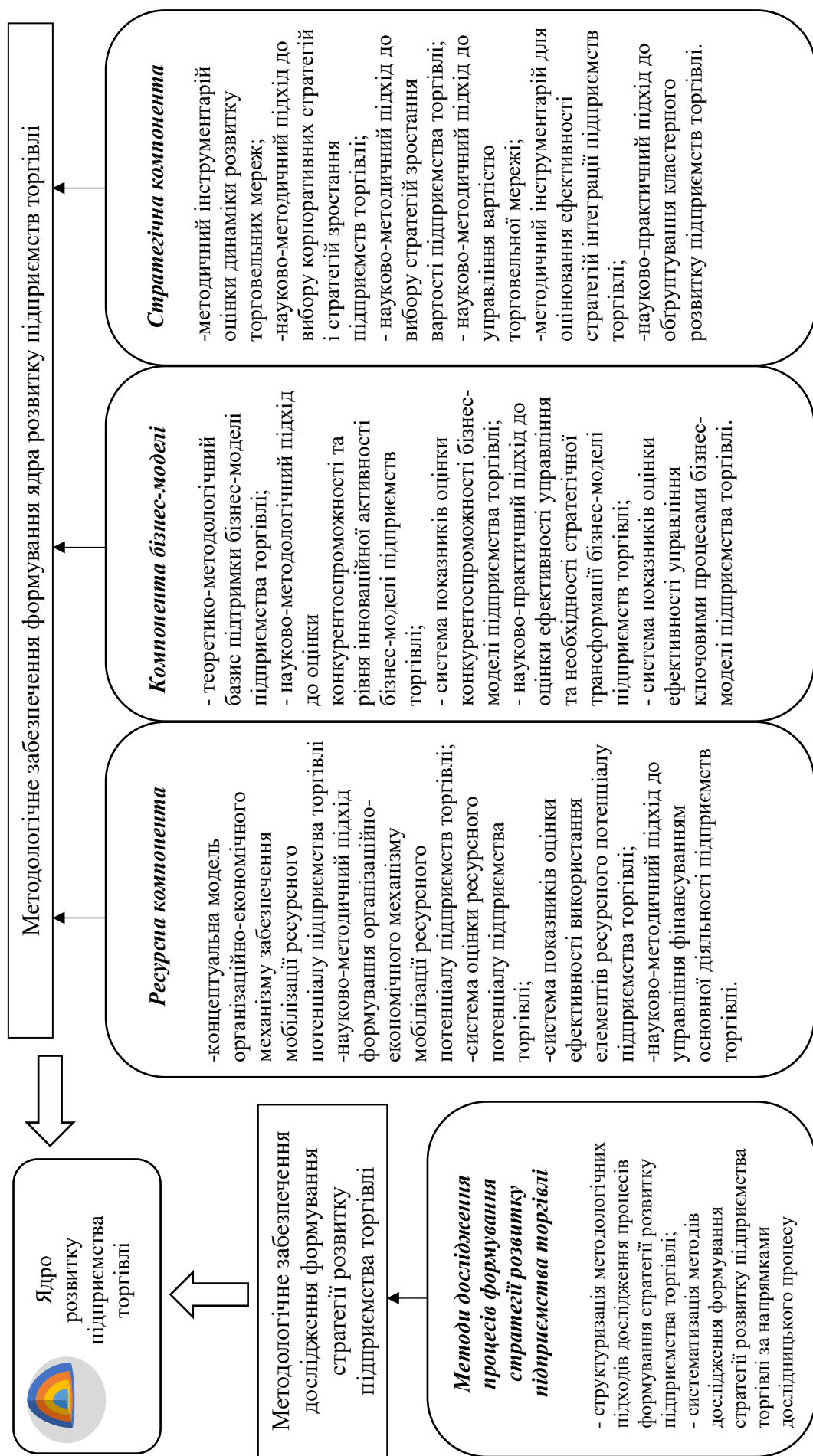


Рис. 3. Методологічний базис формування стратегії розвитку підприємства торгівлі

дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі за напрямками дослідницького процесу. Методологічне забезпечення формування ядра розвитку підприємств торгівлі у розрізі: ресурсної компоненти спрямовано на процеси її формування, фінансового забезпечення та підтримки ефективності використання; компоненти бізнес-моделі спрямовано на забезпечення її актуальності, запорукою якої є підтримка її конкурентоспроможності, інноваційності та ефективності, а також здійснення стратегічної трансформації відповідно до вимог внутрішнього та зовнішнього середовища; стратегічної компоненти спрямовано на обґрунтування та вибору стратегій розвитку, а також здійснення стратегічних змін в діяльності.

У другому розділі **«Науково-методологічний апарат дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі»** – обґрунтовано вибір загальнонаукових методологічних підходів до дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі, систематизовано міждисциплінарні методологічні підходи дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі; виокремлено конкретно-методологічні підходи досліджень процесів формування стратегії розвитку підприємств.

З метою комплексного вирішення теоретичних та прикладних наукових проблем з формування стратегії розвитку підприємств торгівлі здійснено структурування методологічних підходів до їх дослідження за трьома групами: загальнометодологічною, міждисциплінарною та конкретно-методологічною, що дозволяє диференційовано здійснювати дослідження відповідно до специфіки завдань формування стратегії розвитку підприємств торгівлі (рис. 4).

Групу загальнометодологічних підходів сформовано з позиції необхідності дослідження ступеня досягнення мети інтеграції за інтересами учасників та стейкхолдерів (умови, форми, засоби інтегрованої взаємодії), їхньої участі у процесах функціонування та формування стратегії розвитку підприємств торгівлі: концептуальний, діалектичний, системний, комплексний, суб'єктний, інституційний підходи.

До групи міждисциплінарних методологічних підходів, що є властивими під час проведення наукових досліджень економічного спрямування, віднесено підходи, які слугують основою теоретико-пізнавальних й аналітичних прикладних досліджень: інформаційний, стратегічний, динамічний, просторовий, ситуаційний, логічний, процесний рефлексивно-інтуїтивний. Крім цього, виділено специфічні підходи, що властиві теоретико-пізнавальним засобам досліджень: творчий, діяльнісний та аналітичних методів досліджень – кількісний, нормативний, програмно-цільовий.

У дисертації окремо виділено конкретно-методологічні підходи досліджень, що надають можливість дослідити особливості процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі з виділенням об'єктно-структурної та адміністративно-суб'єктивної детермінант процесів формування стратегії розвитку підприємств.

Враховуючи, що основою та визначальним компонентом наукових пошуків під час формування стратегії розвитку підприємств торгівлі є методи та засоби проведення досліджень, методи дослідження систематизовано відповідно

до типу та змісту завдань, що підлягають вирішенню за такими ознаками, як комплексні, універсальні та формально-логічні, загальнонаукові та специфічні методи. Така систематизація надає можливість вирішення широкого спектру наукових проблем дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі під час конструювання гіпотез, постановки проблем, побудови доказових суджень та оцінок, організації та проведення розрахунків, інтерпретації отриманих результатів прикладних досліджень, моделювання, тощо.



Рис. 4. Структуризація методологічних підходів дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі

У третьому розділі «Ресурсне забезпечення розвитку підприємств торгівлі» обґрунтовано концептуальну модель та розроблено науково-методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, запропоновано систему оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, удосконалено науково-методичний підхід до управління фінансуванням основної діяльності підприємств торгівлі.

За результатами теоретичних досліджень встановлено багатогранність проявів поняття організаційно-економічного механізму, що дозволило систематизувати їх за кількома підходами до визначення: системного, методичного, організаційно-управлінського. З огляду на уточнення визначення понять «мобілізація», «механізм», «організаційно-економічний механізм» та цільового прояву управління ресурсним потенціалом підприємства, під організаційно-економічним механізмом мобілізації ресурсного потенціалу підприємства запропоновано розуміти сукупність процесів, прийомів, методів та підходів, що забезпечують взаємодію системи елементів організаційного та економічного впливу на концентрацію засобів і ресурсів підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності, зростання вартості, підвищення ефективності діяльності підприємства.

З огляду на трактування та структуру організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу запропоновано концептуальну модель організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, що містить такі елементи: мету та завдання, принципи, суб'єкти та об'єкти мобілізації; підсистеми забезпечення – функціональну, цільову, методи, способи та інструменти мобілізації ресурсного потенціалу. На цій основі розроблено науково-методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу, що відрізняється інформаційно-методичним забезпеченням процесу пошуку невикористаних резервів ресурсного потенціалу на основі інструментів бенчмаркінгу, а також порядком організації такої діяльності. Використання даного підходу сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств торгівлі за рахунок більш повної реалізації наявних можливостей їх розвитку.

З метою упорядкування оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу розроблено систему оцінки ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, яка включає в себе чітке визначення суб'єктів та об'єктів оцінки, системи цілей, відповідне інформаційне забезпечення, сукупність оціночних принципів і релевантних методичних підходів, методів та відповідних показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, що враховують галузеву специфіку.

Доведено, що за умови застосування різних підходів до управління ресурсним потенціалом підприємства торгівлі доцільно використовувати різні підходи й до оцінки ефективності його використання. Кожен з виокремлених підходів до оцінки – витратний, функціональний, цільовий, синергетичний, бенчмаркінговий вимагає застосування відповідної системи показників оцінки, яка у загальному вигляді включає сукупність статичних загальних і часткових

показників, динамічних загальних та додаткових (специфічних) показників, які можуть бути одиничні, а також формувати комплексні показники оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємств торгівлі, що дозволяє посилити аналітичну складову функціонування ресурсної компоненти ядра розвитку підприємства.

Для подальшого розвитку методології оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі розроблено систему показників на основі витратного підходу з виокремленням відповідного внеску кожного елемента ресурсного потенціалу та відповідного результату, на який він впливає та якого досягає. У якості динамічних показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу, запропоновано показники, що враховують динаміку витрат і результатів – коефіцієнти відповідності темпів зростання товарообороту темпам зростання елементів ресурсного потенціалу, що дозволяють оцінити наскільки ефективною була зміна вартості відповідного елемента ресурсного потенціалу підприємства торгівлі.

З урахуванням специфіки основної діяльності підприємств торгівлі, що обумовлена значною часткою оборотних активів у загальному обсязі активів, та спираючись на необхідність фінансового забезпечення формування оборотних активів підприємства торгівлі в контексті реалізації стратегії його розвитку, розроблено науково-методичний підхід до управління фінансуванням основної діяльності підприємств торгівлі, що ґрунтується на залежності обсягів і джерел фінансування від оборотності оборотних активів, реалізується за допомогою матричного методу та дозволяє визначати можливість використання агресивного, компромісного або консервативного підходів до фінансування оборотних активів. Для обґрунтування політики фінансування оборотних активів в підприємствах торгівлі удосконалено 9-стадійну структурно-логічну модель управління джерелами фінансування оборотних активів підприємств торгівлі, відмінність якої полягає у багатокритеріальній оптимізації джерел фінансування за методом одночасного вводу критеріальних обмежень з орієнтацією на критерії ефективності: достатність коштів для забезпечення потреб підприємства в оборотних активах, забезпечення платоспроможності, фінансової стійкості, мінімізації вартості залучення оборотних активів. Використання даної моделі сприяє послідовному переходу від аналітичних управлінських рішень і заходів до регулюючих та забезпечує ефективність їх реалізації в контексті функціонування ресурсної компоненти ядра розвитку підприємства.

На основі методологічних напрацювань сформовано методологічний базис підтримки ресурсної компоненти ядра розвитку підприємства торгівлі (рис. 5).

У дисертації доведено, що визначальними у функціонуванні ресурсної компоненти є три взаємопов'язані послідовні процеси: формування, забезпечення, ефективності функціонування. Процеси формування ресурсного потенціалу підприємства торгівлі відбуваються відповідно до цілей стратегічної компоненти та завдань компоненти бізнес-моделі. Відповідно до завдань формування, процеси забезпечення спрямовані на пошук джерел формування елементів ресурсного потенціалу. Процеси підтримки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства торгівлі спрямовані на

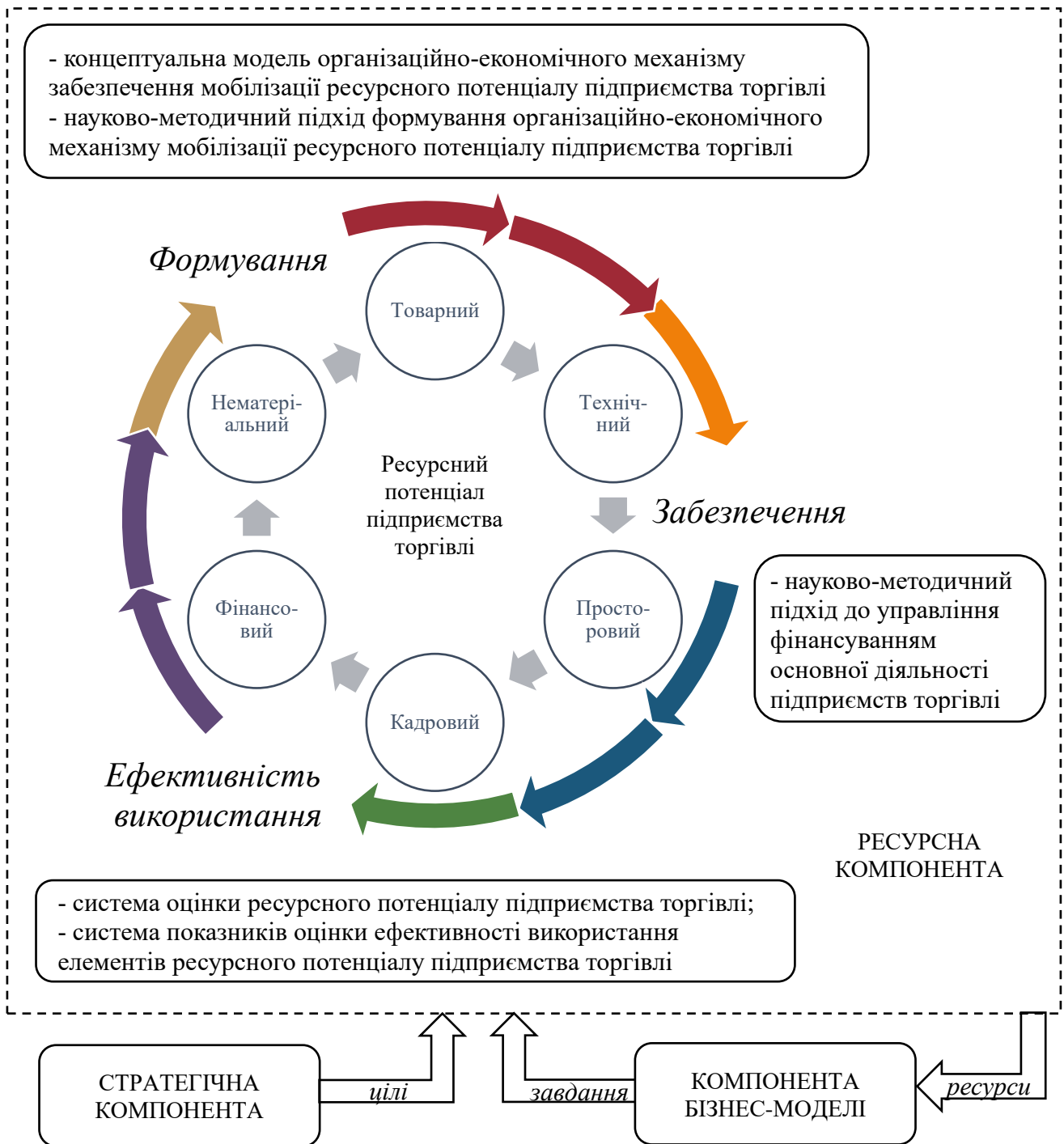


Рис. 5. Методологічний базис ресурсної компоненти ядра розвитку підприємства торгівлі

раціональне використання ресурсів в межах функціонування ядра розвитку. Логічним результатом-виходом функціонування ресурсної компоненти є сформовані ресурси за заданими параметрами на вимогу цільових настанов стратегічної компоненти та завдань компоненти бізнес-моделі. Комплексне застосування методологічного базису ресурсної компоненти ядра розвитку вирішує завдання ресурсного забезпечення стратегії розвитку підприємства торгівлі.

У четвертому розділі «Стратегічні аспекти вдосконалення бізнес-моделі підприємств торгівлі» розроблено теоретико-методологічний базис підтримки бізнес-моделі підприємства торгівлі, обґрунтовано науково-методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності та рівня інноваційної активності бізнес-моделі підприємств торгівлі, запропоновано науково-практичний підхід до оцінки ефективності управління та необхідності стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі.

За результатами дослідження теоретичних та практичних підходів до формування бізнес-моделей підприємств торгівлі складовими елементами бізнес-моделі визначено формат, діяльність (бізнес-процеси) та управління (рис. 6). Встановлено, що формат торгівлі можна розглядати як сукупність характеристик, підставу для типізації підприємств торгівлі, форму організації діяльності та відповідність ринковій ситуації. Серед основних бізнес-процесів підприємств торгівлі у межах бізнес-моделі виокремлено: бізнес-процеси з постачальниками, бізнес-процеси зі споживачами та операційні бізнес-процеси. Доведено, що залежно від обраного формату торгівлі змінюються акценти управлінського впливу на складові бізнес-процесів підприємства торгівлі.

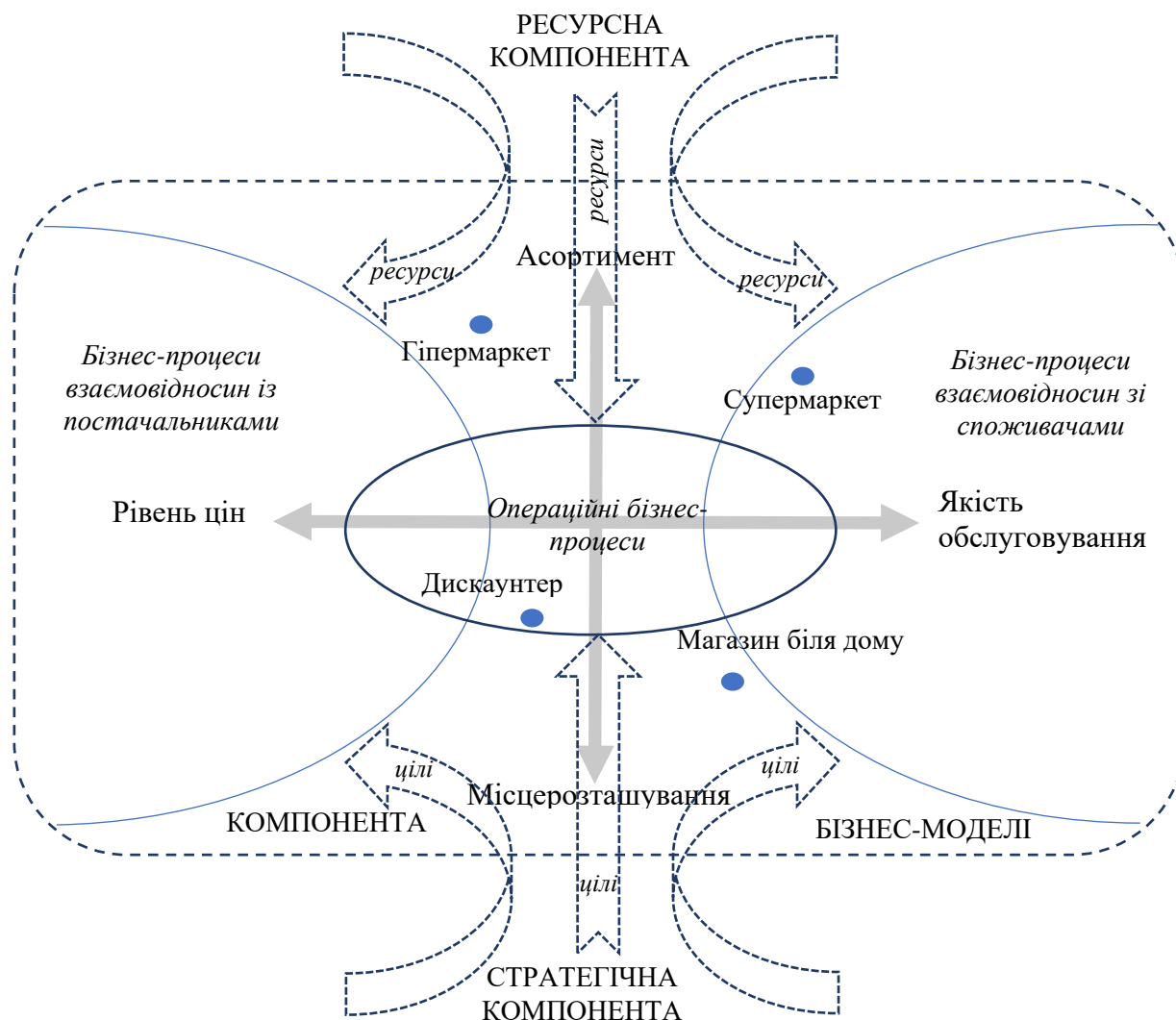


Рис. 6. Взаємозв'язок елементів бізнес-моделі з компонентами ядра розвитку підприємства торгівлі

Зважаючи на те, що ключовим елементом ефективності функціонування та розвитку підприємства торгівлі виступає конкурентоспроможна бізнес-модель, розроблено науково-методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі, який враховує галузеву специфіку торговельної галузі за компонентами бізнес-моделі та дозволяє на основі встановленої суми місць визначити перелік основних заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності бізнес-моделі з урахуванням внутрішніх здатностей та можливостей підприємства торгівлі.

З огляду на необхідність формування конкурентоспроможної бізнес-моделі підприємства торгівлі, запропоновано науково-методичний підхід до оцінки рівня інноваційної активності підприємств торгівлі, який, на відміну від існуючих, створює можливість комплексного урахування критеріїв ефективності (цільової, реалізації, витратної, соціальної, інвестиційної, реактивної), що є визначальними при підвищенні конкурентоспроможності підприємства торгівлі та дозволяє на основі встановленого рівня інноваційної активності бізнес-моделі визначити тип реакції на важливість її оновлення (рис. 7).

За результатами практичної апробації науково-методичного підходу до оцінки рівня інноваційної активності встановлено, що для досліджуваної сукупності підприємств торгівлі характерні високі значення інтегральних показників ефективності реалізації інноваційних рішень, соціальної та реактивної ефективності, що свідчить про високий рівень ефективності впровадження інновацій в діяльність підприємств як з позицій підприємства, так і з позицій споживача. Разом з тим, стійка тенденція низьких значень інтегральних показників за критерієм цільової та витратної ефективності свідчить про необхідність коригування цілей та завдань щодо вибору напрямків оновлення бізнес-моделі досліджуваних підприємств торговельної галузі.

З метою визначення загального рівня ефективності управління діючою бізнес-моделлю підприємства торгівлі запропоновано використовувати матричний підхід залежно від параметричної градації двох компонентів – коефіцієнту утримання цінності та інтегрального показника оцінки рівня управління бізнес-процесами підприємства. У ході проведеного дослідження встановлено, що для виявлення найбільш ефективного способу оптимізації поточної бізнес-моделі підприємства торгівлі необхідно враховувати рівень ефективного управління бізнес-процесами, спроможність утримувати цінність, способи визначення конкурентних резервів зростання. Визначений рівень ефективного управління бізнес-процесами є підставою для вибору оптимізаційних альтернатив покращення бізнес-моделі всього підприємства.

Спираючись на необхідність обґрунтованого вибору напрямків оновлення поточної бізнес-моделі підприємства торгівлі, запропоновано науково-практичний підхід до вибору оптимальної стратегії трансформації поточної бізнес-моделі, який на відміну від існуючих розробок, базується на поєднанні рівня ефективності управління поточною бізнес-моделлю з рівнем необхідності запровадження стратегічних перетворень, та дозволяє на основі порівняння «воронки» альтернатив обрати оптимальну стратегію трансформації.

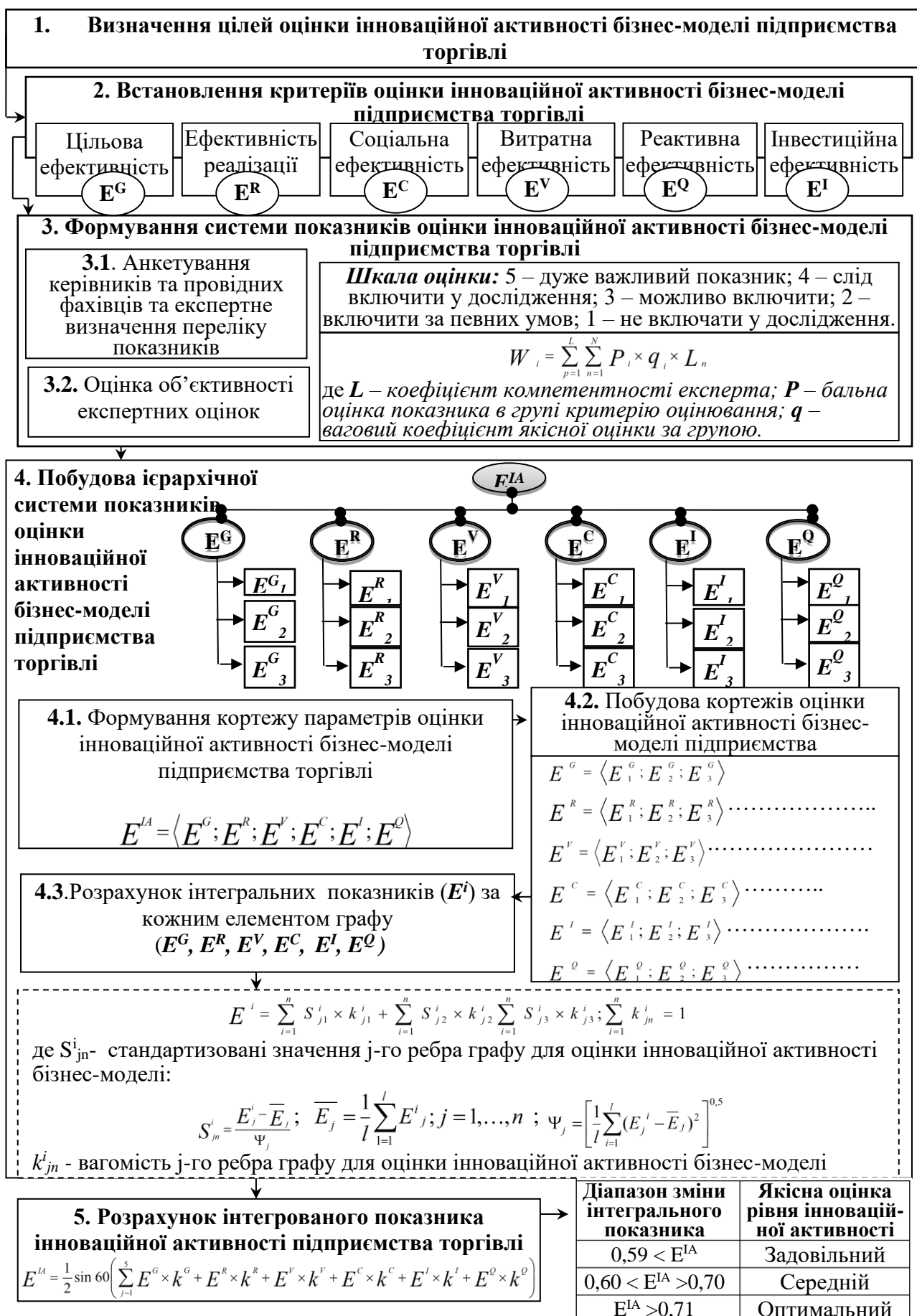


Рис. 7. Логіка визначення рівня інноваційної активності бізнес-моделі підприємства торгівлі

На основі розроблених методичних напрацювань, обґрунтовано методологічний базис підтримки компоненти бізнес-моделі ядра розвитку підприємства торгівлі (рис. 8). Особливістю методологічного базису є складові елементи бізнес моделі – формат торгівлі, бізнес-процеси та управління. Ключовими характеристиками відповідності бізнес-моделі ринковому середовищу визначено її конкурентоспроможність, інноваційність та ефективність, недотримання яких обумовлює необхідність її стратегічної трансформації. Запропоновані науково-методичні та науково-практичні підходи забезпечують оцінку наведених характеристик та стимулюють до підтримки актуальності бізнес-моделі підприємства торгівлі.

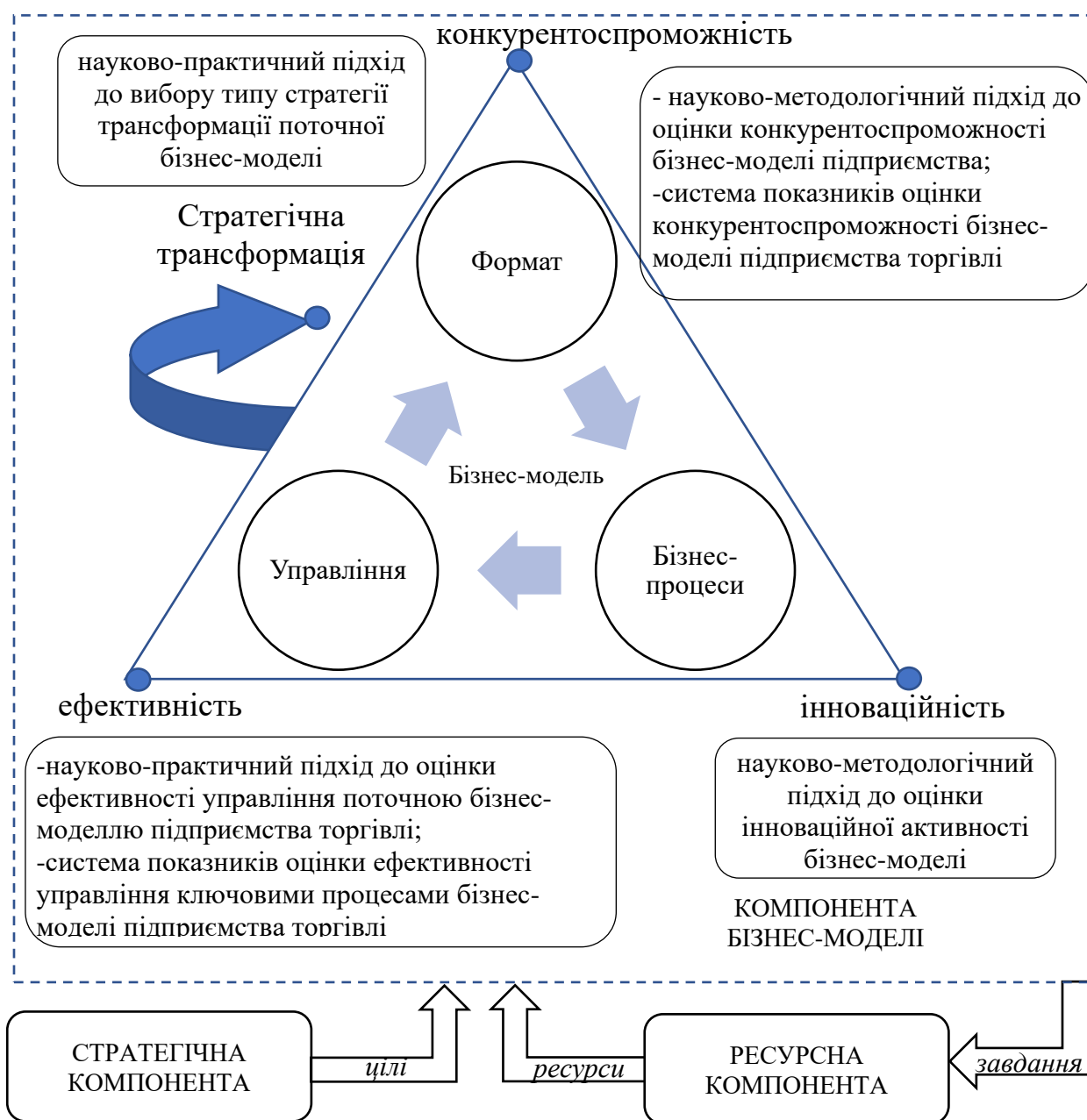


Рис. 8. Методологічний базис підтримки компоненти бізнес-моделі підприємства торгівлі

У п'ятому розділі «**Ефективність процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі**» обґрунтовано вибір корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі, розроблено методичний інструментарій для оцінювання ефективності стратегій інтеграції підприємств торгівлі, запропоновано науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі.

З метою комплексної оцінки розвитку підприємств торгівлі, розроблено методичний інструментарій, що ґрунтується на розрахунку загального інтегрального показника оцінки динаміки розвитку підприємств торгівлі, який складається з двох коефіцієнтів: інтегрального показника оцінки динаміки фінансового стану й інтегрального показника оцінки динаміки діяльності. Наведений методичний інструментарій дозволяє визначити динаміку розвитку підприємства торгівлі відносно основних конкурентів та виявити основні чинники, що спричинили зміни.

Базуючись на результатах оцінки динаміки розвитку підприємств торгівлі з метою обґрунтування підходу до формування стратегії їх розвитку, запропоновано науково-методичний підхід до вибору корпоративної стратегії торговельних мереж, заснований на побудові матриці вибору корпоративних стратегій, яку утворюють два показники, зокрема, темпи зростання ринку і частка ринку, що дозволяє з цих позицій обґрунтовувати напрями розвитку підприємств торгівлі. З метою конкретизації напрямів розвитку підприємств торгівлі обґрунтовано науково-методичний підхід до вибору базових стратегій зростання підприємств торгівлі з використанням матриці вибору базових стратегій зростання на основі їхньої систематизації та подальшому розподілі за ціннісними пріоритетами, зокрема: збільшенням частки ринку, підвищенням операційної ефективності, задоволенням інтересів акціонерів (власників), формуванням іміджу. Такий підхід сприяє урахуванню ціннісних пріоритетів підприємства у формуванні стратегії розвитку підприємства торгівлі.

Враховуючи, що реалізація розроблених стратегій розвитку відбувається за рахунок здійснення стратегічних змін у діяльності підприємств торгівлі, запропоновано інтегровану модель управління стратегічними змінами на підприємстві торгівлі. Реалізація інтегрованої моделі стратегічних змін передбачає: розробку основних етапів реінжинірингу бізнес-процесів відповідно встановлених стратегічних орієнтирів діяльності; аналіз ефективності бізнес-процесів за всіма рівнями, виявлення відхилень від нормативів і розробку управлінських рішень з мінімізації величини «розриву» між фактичним і нормативним значенням; перевірку результатів на відповідність до вимог системи менеджменту якості; аналіз змін за ключовими факторами успіху, включеними в збалансовану систему показників; формулювання нових цільових значень показників.

З метою обґрунтування доцільності реалізації стратегії інтеграції в умовах консолідації ринку роздрібної торгівлі в Україні розроблено методичний інструментарій для оцінювання ефективності стратегій інтеграції підприємств торгівлі, який базується на теорії стейкхолдерів і базових положеннях конкурентного аналізу та ґрунтується на поєднанні коефіцієнтного, бального та

матричного методів і передбачає ідентифікацію ефективності угоди злиття та поглинання на основі оцінювання динаміки показників, що відображають рівень задоволення інтересів зацікавлених сторін та ефективність діяльності підприємства-учасника порівняно з підприємством-конкурентом.

З огляду на те, що інтеграція підприємств може передбачати формування організаційно-економічних об'єднань, які представляють собою особливу форму організації бізнесу на певній території - торговельний кластер, запропоновано науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі, який передбачає аналіз корпоративної стратегії підприємства торгівлі, узгодження корпоративної стратегії із відповідним типом торговельного кластеру, оцінку потенційних синергетичних ефектів від участі в обраному типі торговельному кластері, розробку та імплементацію заходів з участі в торговельному кластері, оцінку ефективності участі у торговельному кластері. Встановлено, що призначення торговельного кластера полягає у забезпеченні населення необхідними товарами та супутніми послугами, доведено існування декількох проявів відносин між учасниками торговельного кластеру, що потребує здійснення типізації торговельних кластерів. У дисертації сформовано типізаційну концепцію торговельних кластерів «4К»: конкурентний, комплементарний, корпоративний, колабораційний, які відрізняються рівнем конкуренції всередині кластеру та рівнем централізації відносин. Участь підприємств торгівлі у кластерних утвореннях дозволяє вирішити проблеми якісного розвитку шляхом зростання ефективності їхньої діяльності та підвищення конкурентоспроможності.

На основі розробленого методичного інструментарію обґрунтовано методологічний базис стратегічної компоненти ядра розвитку підприємства торгівлі, який включає три складові: аналітичну, планувальну та імплементаційну (рис. 9). Аналітична складова методологічного базису є передумовою вибору корпоративних стратегій підприємств торгівлі та передбачає оцінку динаміки розвитку підприємств торгівлі. Планувальна складова передбачає обґрунтування вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі, а також сукупність розробленого методичного інструментарію підтримки формування стратегій. Даний методичний інструментарій систематизовано у матриці ціннісних пріоритетів, що дозволяє його використовувати за визначеними ціннісними пріоритетами підприємств торгівлі, що також визначають відповідні види корпоративних стратегій.

Імплементаційна складова методологічного базису орієнтована на реалізацію обраних стратегій розвитку, шляхом здійснення стратегічних змін у діяльності підприємства торгівлі. Ініційовані стратегічні зміни є підставою взаємодії стратегічної компоненти ядра розвитку з ресурсною компонентою та компонентою бізнес-моделі щодо здійснення відповідних управлінських впливів у них з метою реалізації обраної стратегії розвитку підприємств торгівлі.



Рис. 9. Методологічний базис стратегічної компоненти ядра розвитку підприємств торгівлі

ВИСНОВКИ

У дисертації представлено теоретичне узагальнення та нове вирішення важливої наукової проблеми, що полягає у розробці та науковому обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та практичних рекомендацій щодо формування стратегії розвитку підприємств торгівлі. Проведене дослідження дозволило отримати низку взаємопов'язаних наукових і практичних результатів методологічного, теоретичного та емпіричного рівнів, що відображають вирішення завдань дисертаційної роботи відповідно до поставленої мети.

1. На основі аналізу частки внеску торгівлі у формування основних результатів економічної діяльності України доведено вагомість впливу розвитку підприємств торгівлі на економіку країни. За результатами аналітичної оцінки тенденцій розвитку підприємств торгівлі виявлено основні тенденції сучасного етапу розвитку торгівлі, визначено перешкоди ефективного зростання галузі. На фоні загострення конкуренції на локальних споживчих ринках, встановлено тенденцію до зростання мережевої торгівлі на фоні скорочення локальних торговельних об'єктів, що виявляється у концентрації торгових площ під управлінням обмеженої кількості торговельних мереж. За таких умов обґрунтовано необхідність методологічного забезпечення розвитку підприємств торгівлі.

2. З метою забезпечення розвитку господарюючих суб'єктів на основі застосування сучасної теоретико-методологічної бази, розроблено концепцію ядра розвитку підприємства, що базується на взаємодії трьох компонент: стратегічної, яка визначає напрями розвитку та заходи їх досягнення; ресурсної, яка забезпечує мобілізацію необхідних для цього ресурсів; компоненти бізнес-моделі, яка сприяє зростанню ефективності нового виду діяльності. Визначені складові ядра розвитку підприємства охоплюють ключові сфери управлінської діяльності на підприємстві, а застосування розробленої концепції в діяльності підприємств сприятиме формуванню умов для гармонійного їх розвитку.

3. Для концептуального вирішення проблеми стратегічного розвитку суб'єктів підприємництва у сфері торгівлі обґрунтовано концепцію формування стратегії розвитку підприємств торгівлі, в основу якої покладено взаємозв'язок теоретичного та методологічного базисів та динамічної моделі ядра розвитку підприємства, що відображає сукупний вплив змін складових компонентів на його розвиток під впливом зміни зовнішнього середовища. Теоретичним базисом концепції формування стратегії розвитку підприємств торгівлі є сукупність загальних теорій розвитку, теорій, що підтримують компоненти ядра розвитку та теорій розвитку підприємств торгівлі. Методологічний базис формування стратегії розвитку складають сукупність методів, що підтримують функціонування складових компонентів ядра розвитку. Використання запропонованої концепції дозволить визначити стратегічні траєкторії розвитку господарюючих суб'єктів торговельної галузі та забезпечити їх подальший розвиток у конкурентному середовищі.

4. З метою розробки теоретико-методологічного обґрунтування стратегії розвитку підприємств торгівлі аргументовано застосування загальнонаукових методологічних підходів та методів дослідження, зокрема концептуального,

діалектичного, системного, комплексного, суб'єктного та інституційного. На основі концептуального підходу визначено концептуальні детермінанти дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємств торгівлі, що забезпечує єдність методологічних підходів та методів, адекватність та реалістичність проведення комплексу наукових пошуків.

5. Спираючись на необхідність комплексного вирішення теоретичних та прикладних завдань формування стратегії розвитку підприємств торгівлі, здійснено систематизацію міждисциплінарних методологічних підходів дослідження процесів її формування з виокремленням загальних для теоретико-пізнавального й аналітичного спрямувань досліджень та притаманних теоретико-пізнавальному та аналітичному спрямуванням. Запропонована систематизація дозволяє охопити увесь спектр напрямків і сфер застосування міждисциплінарних підходів в процесах формування стратегії розвитку підприємств торгівлі.

6. З метою створення теоретико-методологічного базису формування стратегії розвитку підприємств торгівлі виокремлено конкретно-методологічні підходи відповідно до об'єктно-структурної та адміністративно-суб'єктивної детермінант процесів формування стратегії розвитку підприємств, на основі чого здійснено їх систематизацію за визначеними критеріальними ознаками.

7. Спираючись на необхідність повного використання наявного ресурсного потенціалу та мобілізації нереалізованих резервів для досягнення поставлених цілей розвитку, обґрунтовано концептуальну модель організаційно-економічного механізму забезпечення мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі, яка, на відміну від існуючих, включає в себе мету та завдання, принципи, суб'єкти та об'єкти мобілізації; підсистеми забезпечення: функціональну, цільову, методи, способи та інструменти мобілізації ресурсного потенціалу. На основі запропонованої моделі розроблено науково-методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу, використання якого дозволить забезпечити процес пошуку наявних можливостей розвитку та підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі.

8. З метою упорядкування оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі розроблено аналітичну систему, яка включає суб'єкт та об'єкт оцінки, систему цілей, відповідне інформаційне забезпечення, сукупність оціночних принципів і релевантних методичних підходів, методів та відповідних показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємств торгівлі, що враховують галузеву специфіку. Аргументовано, що за різних підходів до ціннісно-орієнтованого управління ресурсною компонентою ядра розвитку підприємства торгівлі необхідно використовувати різні підходи до оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу.

9. Ураховуючи необхідність підвищення ефективності управління фінансовим забезпеченням основної діяльності підприємств торгівлі в контексті реалізації стратегії його розвитку обґрунтовано науково-методичний підхід та удосконалено 9-стадійну процесну модель управління джерелами фінансування

оборотних активів підприємств торгівлі, що передбачає одночасну багатокритеріальну оптимізацію джерел фінансування оборотних активів з орієнтацією на критерії ефективності: достатність коштів для забезпечення потреб підприємства в оборотних активах; забезпечення платоспроможності; забезпечення фінансової стійкості; мінімізації вартості залучення оборотних активів. З метою визначення можливості використання агресивного, компромісного або консервативного підходів до управління фінансуванням оборотних активів доведено доцільність використання підходу, що ґрунтується на залежності обсягів і джерел фінансування від оборотності оборотних активів і реалізується за допомогою матричного методу.

10. Для забезпечення методологічної підтримки функціонування компоненти бізнес-моделі ядра розвитку, розроблено теоретико-методологічний базис підтримки бізнес-моделі, підґрунтям якого є виокремлення складових елементів – формату торгівлі, бізнес-процесів та управління, та обґрунтовані на цій основі формати бізнес-моделей (інтегрований, диверсифікований, конвергентний, вектолітний, стандартизований), методичний інструментарій оцінки ключових властивостей бізнес-моделі – конкурентоспроможності, інноваційності та ефективності для обґрунтування подальшої стратегічної трансформації бізнес-моделі, що забезпечує підтримку її актуальності.

11. Зважаючи на те, що ключовим елементом ефективності функціонування та розвитку підприємства торгівлі виступає конкурентоспроможна бізнес-модель, розроблено науково-методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі, який дозволяє на основі встановленої суми місць визначити перелік основних заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності бізнес-моделі з урахуванням внутрішніх можливостей господарюючих суб'єктів галузі. З метою розробки дієвих управлінських рішень щодо вибору напрямків стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства, запропоновано науково-методичний підхід до оцінки рівня інноваційної активності підприємств торгівлі, який, на відміну від існуючих, створює можливість комплексного урахування критеріїв ефективності (цільової, реалізаційної, витратної, соціальної, інвестиційної, реактивної), які є визначальними при підвищенні конкурентоспроможності підприємства торгівлі, дозволяє визначити тип реакції на важливість оновлення бізнес-моделі.

12. Спираючись на необхідність обґрунтованого вибору напрямків оновлення поточної бізнес-моделі підприємства торгівлі, запропоновано науково-практичний підхід до оцінки ефективності управління та необхідності стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємств торгівлі, застосування якого дозволяє на основі позиціонування у матриці «рівень ефективності управління поточною бізнес-моделлю – рівень необхідності стратегічної трансформації» обрати оптимальну стратегію трансформації бізнес-моделі підприємств торгівлі.

13. Для забезпечення обґрунтованого вибору стратегій розвитку розроблено науково-методичний підхід до вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання, який базується на побудові матриці вибору корпоративних стратегій торговельних мереж, яку утворюють показники темпу зростання ринку

та частки ринку, й матриці вибору базових стратегій зростання торговельних мереж на основі урахування ціннісних пріоритетів розвитку, що забезпечує обґрунтованість формування стратегій розвитку підприємств торгівлі.

14. З огляду на те, що реалізація стратегій інтеграції підприємств торгівлі обумовлює необхідність обґрунтування доцільності процесів злиття та поглинання в умовах консолідації ринку роздрібної торгівлі в Україні, розроблено методичний інструментарій для оцінювання ефективності стратегій інтеграції підприємств торгівлі, який ґрунтується на теорії стейкхолдерів і базових положеннях конкурентного аналізу та поєднує коефіцієнтний, бальний та матричний методи й передбачає ідентифікацію ефективності угоди злиття та поглинання на основі оцінювання динаміки показників, що відображають рівень задоволення інтересів зацікавлених сторін та ефективність діяльності підприємства-учасника порівняно з підприємством-конкурентом, що надає можливість обґрунтованого підходу до реалізації стратегії інтеграції підприємства торгівлі.

15. З метою визначення базових стратегій зростання запропоновано науково-методичний підхід до обґрунтування доцільності кластерного розвитку підприємств торгівлі, який ґрунтується на запропонованій концепції типізації торговельних кластерів «4К» (конкурентний, комплементарний, корпоративний, колабораційний) та дозволяє обґрунтувати доцільність кластерного розвитку підприємства торгівлі відповідно до обраних стратегій розвитку.

СПИСОК ОСНОВНИХ ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії:

1. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі на продовольчі товари : монографія / Н. О. Власова та ін. Харків : ХДУХТ, 2012. 354 с. (заг. обсяг 17,1 друк. арк., особисто автора 2,0 друк. арк.; досліджено вплив державного регулювання цін на розвиток підприємств торгівлі).

2. Управління оборотними активами в підприємствах роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова та ін. Харків : ХДУХТ, 2014. 258 с. (заг. обсяг 12,0 друк. арк., особисто автора 1,8 друк. арк.; розроблено багатокритеріальний підхід до обґрунтування політики фінансування оборотних активів в підприємствах роздрібної торгівлі (підрозділ 3.2)).

3. Ціннісно-орієнтоване управління реалізацією ресурсного потенціалу торговельного підприємства : монографія / М. В. Чорна та ін. Харків : ХДУХТ, 2015. 373 с. (заг. обсяг 17,0 друк. арк., особисто автора 2,1 друк. арк.; розроблено систему показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу торговельного підприємства (підрозділ 2.2), обґрунтовано основні елементи організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства (підрозділ 5.3)).

4. Adaptive management of trade enterprises: theory and practice : monograph / V. Hrosul et. al. Riga: RISEBA, 2018. 171 p. (заг. обсяг 16,2 друк. арк., особисто автора 1,6 друк. арк.; розроблено теоретичні аспекти стратегії адаптації

підприємств торгівлі).

5. Hrosul V., Zubkov S., Askerov T., Yesinova N. Quality assessment of the youth entrepreneurship strategic adaptation program in the retail. *Youth entrepreneurship in Eastern Partnership countries: analysis of problems and solutions: monograph*. Riga: RISEBA, 2020. Pp. 117-134. (заг. обсяг 1,2 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; здійснено опитування підприємців щодо необхідності розробки програм стратегічної адаптації підприємств торгівлі).

6. Зубков С. О. Формування стратегії розвитку підприємств торгівлі: теорія та методологія: монографія. Харків: ФОП Іванченко І. С. 2020. 354 с. (заг. обсяг 20,6 друк. арк.).

**Статті у наукових фахових виданнях України,
внесених до міжнародних наукометричних баз:**

7. Зубков С. О., Колесник А. О., Попова І. П. Оцінка динаміки розвитку торговельних мереж. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2010. Вип. 2 (12). С. 254–262. (включено до Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено методичний інструментарій оцінки динаміки розвитку торговельних мереж).

8. Зубков С. О., Колесник А. О., Зюбан А. М. Управління вартістю торговельної мережі на основі моделі ЕВІТДА. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2011. Вип. 1 (13). С. 305–312. (включено до Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено методичний підхід до управління вартістю торговельної мережі).

9. Зубков С. О., Колесник А. О. Стратегії зростання вартості торговельної мережі на основі моделі ЕВІТДА. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2012. Вип. 1 (15). Ч. 1. С. 332–336. (включено до Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,4 друк. арк., особисто автора 0,35 друк. арк.; розроблено методичний інструментарій вибору стратегій зростання вартості підприємства торгівлі на основі показника ЕВІТДА).

10. Зубков С. О. Критерії ефективності політики фінансування оборотних активів підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2012. Вип. 2 (16). С. 122–130. (включено до Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

11. Зубков С. О. Система показників оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу торговельного підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2013. Вип. 2 (18). Ч. 2. С. 76–84. (включено до: Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

12. Зубков С. О. Показники оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2014. Вип. 1 (19). С. 147–158. (включено до: Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

13. Зубков С. О., Колесник А. О., Агу Боклі Чебуїке. Методичний підхід до вибору корпоративних стратегій торговельних мереж з урахуванням ціннісних пріоритетів. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків, 2014. Вип. 2 (20). С. 135–147. (включено до: Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено інструментарій вибору корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі).

14. Зубков С. О., Колесник А. О. Методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2015. Вип. 1 (21). С. 137–147. (включено до: Google Scholar, IndexCopernicus, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено науково-методичний підхід формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі).

15. Зубков С. О., Колесник А. О. Багатокритеріальна оптимізація структури джерел фінансування оборотних активів підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2015. Вип. 2 (22). С. 95–105. (включено до: Google Scholar, IndexCopernicus, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено науково-методичний підхід до багатокритеріальної оптимізації структури джерел фінансування оборотних активів підприємств торгівлі).

16. Гросул В. А., Зубков С. О. Формування інтегрованої моделі управління стратегічними змінами на підприємстві. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2017. Вип. 2 (26). С. 131–142. (0,5 д.а.) (включено до: Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено інтегровану модель управління стратегічними змінами на підприємстві торгівлі).

17. Гросул В. А., Зубков С. О. Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі торговельного підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 10 (477). С. 252–258. (включено до: Research Papers in Economics, IndexCopernicus, Directory of Open Access Journals, CiteFactor, Academic Journals Database, ResearchBib, Open Academic Journals Index, GetInfo) (заг. обсяг 0,5 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено систему показників оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі, методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі підприємства торгівлі).

18. Kruglova O. A., Zubkov S. O. Methodological principles of estimating efficiency of merger and acquisition processes of enterprises. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2017. Vol. 2, No. 23. P. 167–174. (включено до: Web of Science, EBSCO, IndexCopernicus, CiteFactor, Academic Scientific Journals, Google Scholar, ResearchBib, INFOBASE INDEX, Universal Impact Factor) (заг. обсяг 0,6 друк. арк., особисто автора 0,45 друк. арк.; розроблено методичний підхід для оцінювання ефективності угод злиття та поглинання).

19. Гросул В. А., Зубков С. О., Іванова Т. П. Методичний інструментарій

оцінювання рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. №1. С. 284–294. (включено до Web of Science, Index Copernicus, CiteFactor, Google Scholar, ResearchBib та ін.) (заг. обсяг 0,7 друк. арк., особисто автора 0,5 друк. арк.; розроблено методичний інструментарій оцінки інноваційної активності бізнес-моделі).

20. Hrosul, V. A., Zubkov, S. O. Methodological toolkit of management efficiency assessment of the business model of restaurant business enterprise. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 3, No. 26. P. 294–302. (включено до: Web of Science, EBSCO, IndexCopernicus, CiteFactor, Academic Scientific Journals, Google Scholar, ResearchBib, INFOBASE INDEX, Universal Imfact Factor) (заг. обсяг 0,6 друк. арк., особисто автора 0,5 друк. арк.; розроблено систему показників оцінки ефективності управління ключовими процесами бізнес-моделі підприємства, науково-методичний підхід до оцінки ефективності управління поточною бізнес-моделлю).

21. Grosul V. A., Mkrtchan, T. M., Zubkov, S. O., Karapetyan, N. N. Complex business solutions on risk assessment and management in retail. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 1, No. 28. P. 95–104. (включено до: Web of Science, EBSCO, IndexCopernicus, CiteFactor, Academic Scientific Journals, Google Scholar, ResearchBib, INFOBASE INDEX, Universal Imfact Factor) (заг. обсяг 0,6 друк. арк., особисто автора 0,2 друк. арк.; здійснено оцінку впливу ризику на ключові індикатори розвитку підприємства торгівлі).

22. Зубков С. О. Методологічні підходи дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6.1-1 (56). С. 183–187. (включено до: IndexCopernicus; Google Scholar; Crossref). (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

23. Зубков, С. О. Торговельний кластер в стратегіях розвитку підприємств торгівлі. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2019. Вип. 3 (81). С. 155–159. (включено до: IndexCopernicus; Google Scholar) (заг. обсяг 0,4 друк. арк.).

24. Зубков С. О. Специфічні конкретно-методологічні підходи дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 29. С. 61–66. (включено до: IndexCopernicus; Google Scholar) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

25. Зубков С. О. Міждисциплінарні методологічні підходи дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 176–182. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/31.pdf (включено до: IndexCopernicus; Google Scholar) (заг. обсяг 0,6 друк. арк.).

26. Зубков С. О. Методологія дослідження процесів управління підприємствами сфери харчування. *Інтернаука*. 2020. № 1(33). С. 24–31. (включено до: IndexCopernicus, Google Scholar, ResearchBib) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

27. Синицина Г. А., Зубков С. О. Теоретичні аспекти функціонування

підприємств сфери харчування на засадах сталого розвитку. *Бізнес-Інформ.* 2020. №3. С. 208–216. (включено до: Research Papers in Economics, IndexCopernicus, Directory of Open Access Journals, CiteFactor, Academic Journals Database, ResearchBib, Open Academic Journals Index, GetInfo) (заг. обсяг 0,6 друк. арк., особисто автора 0,3 друк. арк.; проаналізовано чинники, що впливають на розвиток підприємств).

28. Зубков С. О. Концептуальна модель організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. *Інноваційна економіка.* 2020. Вип. 3-4. С. 59–64. (включено до IndexCopernicus; Google Scholar, ResearchBib, Erih Plus) (заг. обсяг 0,5 друк. арк.).

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

29. Hrosul V., Zubkov S., Ivanova T. Substantiation of the strategic alternatives for transformation of business models in restaurant business enterprises. *Journal of Social Sciences.* 2019. Vol. II (4). P. 65–74. (включено до Google Scholar, IndexCopernicus, ErihPlus) (заг. обсяг 0,6 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.; розроблено організаційно-методичне забезпечення стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі).

Праці апробаційного характеру:

30. Зубков С. О., Колесник А. О. Організаційно-економічний механізм мобілізації ресурсного потенціалу підприємства. *Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.* Серія: «Економічні науки», Хмельницький: ХКТЕІ, 2015. Вип. 9. С. 118–121. (включено до Google Scholar) (заг. обсяг 0,4 друк. арк., особисто автора 0,3 друк. арк.; обґрунтовано складові елементи організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства).

31. Зубков С. О., Попова І. П. Оцінка потенціалу розвитку торговельних мереж. *Управління економічним потенціалом підприємства* : тези доповідей II Всеукр. міжвуз. наук.-практ. конф., м. Харків, 15 жовтня 2010 р. Харків: ХДУХТ, 2010. С. 64–65. (заг. обсяг 0,12 друк. арк., особисто автора 0,1 друк. арк.; обґрунтовано загальний інтегральний показник оцінки потенціалу розвитку торговельних мереж).

32. Зубков С. А., Колесник А. А. Рейтинговая оценка потенциала развития торговых сетей. *Конкурентный потенциал региона: оценка и эффективность использования* : сборник статей Междунар. науч.-практ. конф., г. Абакан, 30 ноября 2010 г. Абакан: ГОУ ВПО ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2010. С. 166–168. (заг. обсяг 0,3 друк. арк., особисто автора 0,2 друк. арк.; розроблено матрицю динамічного розвитку торговельних мереж).

33. Зубков С. О., Колесник А. О. Особенности государственного регулирования цен на продовольчі товари. *Проблеми розвитку соціально-економічних систем: підприємництво, глобалізація, економічне зростання* : матеріали I регіон. міжвуз. наук.-практ. конф., м. Дубно, 16 грудня 2010 р. Дубно: Україна, 2010. Вип. 1. С. 36–37. (заг. обсяг 0,2 друк. арк., особисто автора 0,1 друк. арк.; визначено вплив державного регулювання цін на продовольчі товари на розвиток підприємств

торгівлі).

34. Зубков С. А., Колесник А. А., Зюбан А. Н. Управление стоимостью торговой сети в аспекте повышения ее конкурентоспособности. *Проблемы и перспективы развития инновационно-креативной экономики* : материалы III Междунар. научно-практ. онлайн конф., г. Москва, 27–30 июля 2011 г. Москва: Креативная экономика, 2011. С. 344–350. (заг. обсяг 0,25 друк. арк., особисто автора 0,2 друк. арк.; обґрунтовано методичний підхід до управління вартістю торговельної мережі).

35. Зубков С. О. Обґрунтування вибору стратегії зростання вартості торговельної мережі на основі моделі ЕВІТДА. *Проблеми управління підприємствами торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу в умовах інноваційного розвитку* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 19 жовтня 2011 р. Харків: ХДУХТ, 2011. С. 182–183. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

36. Зубков С. О., Колесник А. О. Стратегії розвитку торговельних мереж в Україні. *Торгівля та готельно-ресторанний бізнес: розвиток в умовах глобалізації* : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 20 квітня 2012 р. Харків: ХДУХТ, 2012 р. : у 2-х част. Ч. 1. С. 90–91. (заг. обсяг 0,12 друк. арк., особисто автора 0,1 друк. арк.; обґрунтовано способи кількісного розвитку торговельних мереж).

37. Зубков С. А., Колесник А. А. Развитие торговых сетей в Украине: оценка и стратегии. *Современная торговля: теория, практика, перспективы развития* : материалы I междунар. инновац. научн.-практ. конф., г. Москва, 12 марта 2012 г. Москва: МосГУ, 2012. С. 178–182. (заг. обсяг 0,22 друк. арк., особисто автора 0,15 друк. арк.; здійснено оцінку розвитку торговельних мереж в Україні, виокремлено базові стратегії їхнього розвитку).

38. Краснокутська Н. С., Зубков С. О. Управління фінансуванням оборотних активів підприємств торгівлі. *Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарства і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 18 жовтня 2012 р. Харків: ХДУХТ, 2012 р. : у 2-х част. Ч. 2. С. 119–120. (заг. обсяг 0,12 друк. арк., особисто автора 0,05 друк. арк.; удосконалено методичний підхід до управління джерелами фінансування оборотних активів підприємств торгівлі).

39. Зубков С. О. Теоретичні засади управління фінансуванням оборотних активів підприємства. *Облік, аудит, фінанси: сучасні проблеми теорії, практики та підготовки фахівців* : тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 26 жовтня 2012 р. Харків: ХДУХТ, 2012. С. 175–176. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

40. Зубков С. А. Методический подход к выбору политики финансирования оборотных активов предприятия торговли. *Теория и практика трансформационных процессов в экономике регионов, отраслей и предприятий* : сборник научн. статей по материалам III Междунар. научно-практ. конф., г. Курск, 21 декабря 2012 года. Курск : ЮЗГУ, 2013. Ч. 2. С. 86–88. (заг. обсяг 0,2 друк. арк.).

41. Сукачѐва-Трунина С. Н., Зубков С. А. Обоснование критериев для выбора подходов к финансированию оборотных активов предприятий розничной

торговлі. *Современная торговля: теория, практика, перспективы развития* : матеріали II Міжнарод. інновац. науч.-практ. конф., г. Москва, 11 марта 2013 г. Москва: МосГУ, 2013. Ч. 1. С. 333–337. (заг. обсяг 0,4 друк. арк., особисто автора 0,3 друк. арк.; обґрунтовано підхід до вибору фінансування оборотних активів).

42. Зубков С. О. Система оцінки ресурсного потенціалу торговельного підприємства. *Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 19 листопада 2013 р. Харків: ХДУХТ, 2013 р. : у 2-х част. Ч. 2. С. 109–110. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

43. Зубков С. О. Динамічні показники оцінки ефективності реалізації ресурсного потенціалу торговельного підприємства. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 22 травня 2014 р. Харків: ХДУХТ, 2014 р. : у 2-х част. Ч. 2. С. 121–122. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

44. Зубков С. О. Підходи до оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. *Проблеми теорії та практики управління економічним потенціалом підприємства* : тези доповідей Міжнар. інтернет-конф., м. Харків, 13–15 травня 2014 р. Харків: ХДУХТ, 2014. С. 78–79. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

45. Зубков С. О. Особливості формування організаційно-економічного механізму мобілізації ресурсного потенціалу підприємства. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 14 травня 2015 р. Харків: ХДУХТ, 2015 р. : у 2-х част. Ч. 2. С. 89–90. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

46. Зубков С. О. Обґрунтування підходу до фінансування оборотних активів з позиції забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства. *Сучасні економічні системи: стан та перспективи* : тези доповідей VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Хмельницький, 14-15 травня 2015 р. Хмельницький: ХКТЕІ, 2015. С. 176–177. (заг. обсяг 0,15 друк. арк.).

47. Зубков С. О. Класифікація конкурентних переваг підприємства. *Проблеми та шляхи досягнення соціо-еколого-економічної безпеки на мікро-, мезо- та макрорівні* : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Луцьк, 29 квітня 2016 р. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. С. 83–85. (заг. обсяг 0,15 друк. арк.).

48. Зубков С. О. Трансформації бізнес-моделей торговельних мереж. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 травня 2017 р. Харків: ХДУХТ, 2017 р. : у 2-х част. Ч. 2. С. 327–328. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

49. Зубков С. О. Стратегічний розвиток та ефективність бізнес-моделей торговельних мереж. *Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-*

ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., присв. 50-річчю засн. Харк. держ. ун-ту харчування та торгівлі, м. Харків, 3 жовтня 2017. Харків: ХДУХТ, 2017. С. 124–126. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

50. Зубков С. О., Колесник А. О. Авторське право на твір «Методика вибору стратегій зростання торговельних мереж з урахуванням ціннісних пріоритетів». Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №76532 від 02.02.2018 р.

51. Гросул В. А., Зубков С. О. Авторське право на твір «Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі торговельного підприємства». Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №91362 від 07.08.2019 р.

Підручники та навчальні посібники:

52. Research of youth entrepreneurship problems in Eastern Partnership Countries: report / V. Hrosul et al. Riga: RISEBA, 2019. 195 p. (заг. обсяг 11,5 друк. арк., особисто автора 1,1 друк. арк.; проаналізовано особливості розвитку суб'єктів підприємництва в Україні).

53. Doing Business in Armenia, Belarus, Georgia, Latvia, Moldova, Ukraine : handbook / V. Hrosul et al. Kharkiv: Ivanchenko, 2019. 286 p. (заг. обсяг 13,8 друк. арк., особисто автора 1,0 друк. арк.; Тема 6).

54. Гросул В.А., Круглова О.А., Зубков С.О. Ведення бізнесу в Україні : навч. посібник. Харків: Іванченко, 2020. 108 с. (заг. обсяг 6,2 друк. арк., особисто автора 1,2 друк. арк.; Тема 6).

АНОТАЦІЯ

Зубков С.О. Методологія формування стратегії розвитку підприємств торгівлі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2020.

Дисертацію присвячено вирішенню актуальної наукової проблеми наукового обґрунтування теоретико-методологічних положень та практичних рекомендацій щодо формування стратегії розвитку підприємств торгівлі.

Визначено актуальні тренди та особливості сучасного розвитку торговельної галузі України. Сформульовано концептуальне бачення розвитку підприємства торгівлі. Обґрунтовано концепцію формування стратегії розвитку підприємств торгівлі. Розроблено методологічний базис підтримки формування стратегії розвитку Здійснено структурування підходів науково-методологічного апарата дослідження процесів формування стратегії розвитку підприємства торгівлі. Обґрунтовано концептуальну модель та розроблено науково-методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму

мобілізації ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. Запропоновано систему оцінки ефективності використання елементів ресурсного потенціалу підприємства торгівлі. Удосконалено науково-методичний підхід до управління фінансуванням основної діяльності підприємств торгівлі. Розроблено теоретико-методологічний базис підтримки бізнес-моделі підприємства торгівлі. Обґрунтовано науково-методологічний підхід до оцінки конкурентоспроможності та рівня інноваційної активності бізнес-моделі підприємств торгівлі. Запропоновано науково-практичний підхід до оцінки ефективності управління та необхідності стратегічної трансформації бізнес-моделі підприємства торгівлі. Обґрунтовано вибір корпоративних стратегій і стратегій зростання підприємств торгівлі. Розроблено методичний інструментарій для оцінювання ефективності стратегій інтеграції підприємств торгівлі. Запропоновано науково-практичний підхід до обґрунтування кластерного розвитку підприємств торгівлі. Розроблено методологічний базис стратегічної компоненти ядра розвитку підприємства торгівлі.

Ключові слова: розвиток, стратегія, ядро розвитку, стратегія розвитку, підприємство торгівлі, ресурсний потенціал, бізнес-модель.

SUMMARY

Zubkov S.O. Methodology of trade enterprises development strategy formation. – Qualifying scientific work on the manuscript rights.

The doctoral thesis of economic sciences on specialty of 08.00.04 – Economics and management of the enterprises (by types of economic activity). – Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 2020.

The thesis is devoted to the actual scientific problem solving of scientific substantiation of theoretical and methodological provisions and practical recommendations of trade enterprises development strategy formation.

Current trends and features of Ukrainian trade sector modern development are determined. The conceptual vision of trade enterprise development is formulated; it is based on the systems theory and the system core concept and considered as a process of irreversible quantitative and qualitative changes in the resource potential of the enterprise according to certain strategic programs, provides adaptation to external environment and activity efficiency increasing. The concept of trade enterprises development strategy forming is substantiated; it forms relationship holistic vision of the theoretical and methodological bases and proposed dynamic model of the enterprise development core, which reflects the combined effect of variable geometry of the core three components – strategy, business model and resource potential on entity development under external environment pressure and allows determining the best option for further development of the trade enterprise under these conditions. Methodological basis for the development strategy formation is elaborated, its base is trade enterprises core development concept, which is based on the process approach of intra-component functioning of strategic, resource and business model components and serves as a theoretical and methodological support for trade enterprises strategic priorities choosing.

The approaches of the scientific and methodological apparatus of research of trade enterprise development strategy formation processes are structured; it differs from generally accepted by segregation of general methodological, interdisciplinary and specific approaches group which combined use provides scientific substantiation, adequacy and realism of managerial decision-making for trade enterprises further development.

The scientific and methodical approach to formation of the organizational and economic mechanism of trade enterprise resource potential mobilization for the development purposes is elaborated which differs with reasonable information and methodological support of the resource potential unused reserves finding process on the base of benchmarking tools and the sequence of such activity organization, which will increase the trade enterprises efficiency through fuller implementation of existing opportunities for their development. The system of trade enterprise resource potential assessment is improved, which is a set of interconnected and complementary elements (subject, object, goals system, assessment principles, criteria, methods, relevant methodological approaches and assessment indices), and takes into account trade enterprises resource potential specifics and allows identifying problem areas in resource potential elements use in the trade enterprise development core functioning process on the base of assessment indices developed system application. The scientific and methodological approach to managing the financing of trade enterprises' main activities is substantiated on the base of 9-stage process model of current assets financing managing sources, which provides multi-criteria financing sources optimization (at the same time according to the criteria of the adequacy providing of financing funds, solvency, financial stability, minimizing current assets cost attraction) and allows trade enterprises main activity financial management efficiency increasing.

The theoretical and methodological basis of trade enterprise business model supporting is developed, on the base of its key elements identification, types of business model formats are substantiated on this base, methodological support for key properties of the business model – competitiveness, innovation and efficiency, the assessment of that serves as a guide for its further strategic transformation, which provides the current business model relevance in accordance with the consumer market requirements. The scientific and methodological approach to the trade enterprises business model competitiveness and innovation assessment is substantiated; it takes into account the industry specifics of trade activities and is formed around the efficiency criteria proposed system (target, implementation, cost, social, investment, reactive) and allows determining the type of management response to the importance of current business model updating on the base of identified assessments. Scientific and practical approach to the trade enterprise business model strategic transformation need is developed, which is based on the proposed model of business model management efficiency level assessment according to certain criteria that allows matrix approach using and determining the optimal strategy of trade enterprise business model transformation on the base of strategic alternatives comparison.

The methodological basis of the development core strategic component is formed, which includes three components: analytical, that provides an assessment of trade networks development dynamics; planning, that provides trade enterprises

corporate and growth strategies choice substantiation; and implementation, that focuses on the selected development strategies implementation through strategic changes implementation in a trade enterprise activities. This methodological apparatus allows implementing substantiation of appropriate management effects on the resource and business model components for chosen development strategy implementation. Scientific and practical approach to trade enterprises cluster development substantiation is elaborated, which is based on the trade clusters «4K» typification proposed concept, that base is relations nature between participants (competitive, complementary, corporate, collaborative) on the trade clusters typification matrix; it allows substantiating and determining the enterprise cluster participation expediency depending on the cluster type corporate strategy coordination and the positive synergetic effect presence, choosing the relevant form of participation in it and obtaining the economic effect.

Key words: development, strategy, development core, development strategy, trade enterprise, resource potential, business model.

Підп. до друку 11.11.2020 р.
Формат 60 x 84 ^{1/16}. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк цифровий. Ум. друк. арк. 1,9.
Наклад 100 прим. Зам. №11-11.

Видавництво МОНОГРАФ

ФОП Іванченко І. С.

пр. Тракторобудівників, 89-а/62, м. Харків, 61135.

Тел.: +38 (050/093) 40-243-50.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників та розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК № 4388 від 15.08.2012 р.

www.monograf.com.ua

