

рентабельність мало чим відрізняється від звичайних методів ведення торгівлі. Проте це не применшує її значення як важливої форми електронної торгівлі. Навпаки, це часто навіть недооцінюють. На практиці такий варіант цілком виконує свої функції і є безцінною можливістю для певних підприємств, які мають у своєму розпорядженні доволі скромний бюджет, але завдяки існуванню Web-вітрини можуть дозволити собі присутність в Інтернеті, що є дійсно одним з найважливіших аспектів для функціонування сучасних підприємств усіх форм бізнесу.

Література:

1. Системи і форми електронної торгівлі. URL: https://pidru4niki.com/13710106/marketing/sistemi_formi_lektronnoyi_torgivli (дата звернення: 11.12.2020).

2. Класифікація моделей роздрібної Інтернет-торгівлі за ступенем автоматизації торгово-технологічних процесів. URL: <https://newtravelers.ru/uk/tenda/klassifikaciya-modelei-roznychnoi-internet-torgovli-po-stepeni.html> (дата звернення: 12.12.2020).

3. Інтернет-вітрина: відмінний інструмент для успішних продажів. URL: <http://perpetuummobile.com.ua/uk/article/internet-vitrina> (дата звернення: 10.12.2020).

4. Види сайтів та їхній функціонал + інфографіка. URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/vydy-saitiv/> (дата звернення: 16.12.2020).

5. Системи електронної комерції B2C. URL: https://studopedia.su/13_101589_Business-to-consumer-vs-vzaiemodiya-mizh-komertsiynim-pidpriemstvom.html (дата звернення: 16.12.2020).

Білявський В.М., Герасименко А.П.
м. Київ, Національний авіаційний університет

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Більшість підприємців вважають, що лише велике підприємництво має можливість вийти на світовий ринок. Тому, одним з основних інструментів конкурентоспроможності є підвищення конкурентоспроможності: великого, малого та середнього бізнесу, як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Для

можливості реалізації цієї стратегії слід систематизувати та зміцнити партнерство з постачальниками й споживачами продукції, що виробляються підприємством.

Конкурентоспроможність – це здатність конкретного об'єкта чи суб'єкта реагувати на потреби зацікавлених сторін порівняно з іншими подібними суб'єктами та / або об'єктами. Крім того, конкурентоспроможність організації – це здатність [1, с.5]:

- досягти особистих цілей в умовах конкурентної боротьби;
- задовольнити потреби споживачів, виробляючи та пропонуючи товари чи послуги на ринку, що перевершує конкурентів;
- використовувати виробничі і управлінські ресурси для розвитку та розширення ринків збуту, а також капіталізації підприємств.

Оцінка конкурентоспроможності складається з таких етапів, як: аналізу ринку та вибору найбільш конкурентоспроможних товарів; визначення порівняльних параметрів товару; аналіз позитивних та негативних факторів; розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності товару; прийняття управлінських рішень щодо виходу на міжнародний ринок.

Багато малих та середніх підприємств, діяльність яких переважно залишається поза увагою громадськості, розширюють свою міжнародну діяльність. Формування та розвиток малого бізнесу за останні роки сприяло розвитку підприємницької ініціативи, що забезпечує працевлаштування для людей, звільнених на підставі скорочення з великого виробництва. Сучасні малі підприємства функціонують і розвиваються відповідно до законів постіндустріального суспільства: суспільства знань, що постійно змінюється інформаційно-економічними процесами та явищами, що забезпечують підвищення конкурентоспроможності продукції.

У період розвитку бізнесу на перший план виходять такі функції, як: протиставлення монопольним тенденціям, відродження підприємницької діяльності тощо. Основними причинами випуску інноваційної продукції на світовий ринок можуть бути [2, с.1137]: відсутність цільової аудиторії у країні виробника (не виключено, що виробництво буде здійснюватися в одній країні, за

рахунок дешевих матеріалів або необхідного обладнання для виробництва, а збут за кордоном, де буде цільова аудиторія, яка буде споживати ці продукти); уникнення бар'єрів входу на ринок, великих тарифів, меншої ставки оподаткування; удосконалення існуючих та максимізація освоєння нових напрямів у роботі; залучення додаткового персоналу на підприємство; стабілізація цінової політики; коригування інвестицій; компенсація коливань курсу національної валюти за рахунок організації часткового виробництва та продажу у іноземній валюті.

На сучасному етапі розвитку економіки України підприємства змушені розвивати свій бізнес у вкрай нестабільному зовнішньому середовищі. Постійні зміни в політиці, коливання курсу валют, інфляційні процеси, воєнні дії, пандемія, локдаун – усе це створює невизначену ситуацію для економіки країни. Тому, керівництву підприємств і їх менеджменту слід формувати продуману та контрольовану фінансову стратегію. Для отримання прибутку, а також для досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності необхідно мати чіткий план. В якому можна виділити ключові фактори підвищення конкурентоспроможності малого бізнесу, а саме: розвиток державної підтримки бізнесу; підвищення конкурентоспроможності товару чи послуги на світовому ринку; формування відповідної та конкурентної стратегії на ринку; формування духу підприємництва та інновацій шляхом розширення можливостей їх і капіталізації потенціалу; залучення інвестицій.

Таким чином, в роботі визначені основні причини необхідності виходу на світовий ринок, шляхом виведення на нього інноваційного продукту, який не мав би аналогів і зміг би зайняти лідируючі позиції на ринку. Для досягнення цієї мети необхідно зосередити зусилля на визначенні, розвитку та інвестуванні: фінансових, інтелектуальних і технічних засобів у цій сфері.

Література:

1. Лукинов И. К вопросу о конкуренции и моделях современного экономического развития Украины. *Экономика Украины*. 2010. № 6. С. 4-9.

2. Білявський В.М., Шепута М.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2018. № 38. С. 131–140.

Білявський В.М., Корда М.О.
м.Київ, Національний авіаційний університет

КАДРОВИЙ АУДИТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємству з неефективною системою управління персоналом складно домогтися успіху в господарській діяльності, оскільки людські ресурси визначають ефективність кожного конкретного підприємства на ринку. Основним завданням, що стоїть перед менеджментом підприємства, є поліпшення напрямів роботи персоналу. Це не тільки завдання кадрової служби підприємства, це ще й завдання, які мають вирішуватися на найвищому рівні управління підприємством.

Нехтування інтересів персоналу суттєво знижує ефективність роботи підприємства. Це можна пояснити тим, що останнє є важливим інструментом імплементації методів управління персоналом, а недостатня увага зі сторони менеджменту цьому питанню впливає на формування низької якості управління кадрами.

Ефективне управління персоналом неможливе без постійної та активної участі топ-менеджменту в визначенні завдань управління кадрами, що виходять з цілей підприємства. Такими цілями, можна вважати упровадження та створення ефективної системи управління персоналом (рис. 1).

Керівництво має впровадити систему добору кадрів, що зорієнтована на капіталізацію людських ресурсів [1, с.690] шляхом залучення працівників з гнучкою прогресивною логікою. Мова йде про молодих фахівців, що мають досвід управлінської праці, які мають можливість поліпшити ефективність прийняття управлінських рішень. Також, вони повинні вміти: формувати