



ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДУМКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ, ГАЛУЗЯХ СПОРТУ, ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Тези доповідей
III Міжнародної студентської наукової конференції
(26-27 вересня 2024 року, м. Львів)*

*За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК*

Львів -2024

УДК 658.5

**СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Ірина ЯРОВА

студентка

Науковий керівник – Ірина ГРАБОВСЬКА

старший викладач

Хмельницький національний університет (Україна)

Менеджмент – це управління бізнесом підприємства, яке працює в умовах ринку, що полягає в плануванні діяльності, її організації, мотивації персоналу, обліку та аналізі, контролі й оперативному регулюванні, поясненні виживання підприємства та отриманні максимально можливого сума прибутку в цих умовах, що досягає високого рівня рентабельності. Менеджмент торгівлі – це процес управління всіма основними аспектами торговельного підприємства. Він покликаний формувати найбільш раціональні управлінські рішення щодо розвитку конкретного комерційного підприємства, узгоджувати різні напрями його діяльності та забезпечувати високу ефективність кінцевих результатів цієї діяльності.

Підприємства оптової торгівлі об'єктивно посідають важливе місце в системі товароруху в межах основних секторів української економіки, оскільки призначені для зосередження та просування широкого асортименту різних видів і марок товарної продукції і виконання затребуваного ринком актуального функціоналу, що дає змогу підприємствам роздрібної торгівлі оптимально керувати своїми управлінськими витратами й витратами обігу.

Основною метою управління торгівлею є забезпечення високих темпів розвитку торговельного підприємства у стратегічній перспективі та підвищення його конкурентоспроможності на споживчому ринку. Виходячи з основної мети, менеджмент торгівлі покликаний вирішувати такі основні завдання: формування умов найповнішого задоволення попиту покупців на товари в межах обраного сегмента споживчого ринку за високого рівня комерційного обслуговування клієнтів; забезпечення достатньої

ефективності торгово-технологічних і торговельно-економічних процесів на підприємстві; максимізація суми прибутку, що залишається в розпорядженні торгового підприємства, та забезпечення його ефективного використання; мінімізація рівня економічних ризиків, пов'язаних із діяльністю комерційного підприємства; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості фірми.

Менеджмент як керівна діяльність реалізується через застосовувані методи, інструменти та технології менеджменту. У найбільш загальному вигляді методи управління розглядають із позиції класичних функцій будь-якої системи управління (аналізу, планування, організації виконання та контролю за виконанням). Водночас основні методи торговельного менеджменту можуть бути класифіковані за напрямками торговельної діяльності в розрізі ланцюжка створення доданої вартості та відповідних основних і допоміжних бізнес-процесів, при цьому містити такі групи [1]:

1. Методи управління технологічними процесами, що охоплюють: технологічні схеми потоків товароруку й відповідне їм технологічне оснащення торгових точок; формування парку технологічного торговельного обладнання й інформаційно-програмного забезпечення торговельного процесу; розроблення організаційних засад потоків товаропостачання, включаючи розробку інноваційних підходів до управління в торговому підприємстві.

2. Методи управління торговими процесами обслуговування покупців, що характеризують створення оптимально найкращих умов здійснення покупок і безпосередній контакт із покупцем.

3. Методи управління торговим персоналом, в основі яких лежить функціональна схема поділу праці через організаційну структуру управління в торговому підприємстві. Ці методи також містять прийоми організації праці, методи підвищення продуктивності й професіоналізму працівників, впровадження дієвого матеріального стимулювання.

4. Методи управління товарообігом, що передбачають прогнозування й аналіз торгової кон'юнктури на товарних ринках, дослідження потреб покупців, методи планування обсягу та структури товарообігу, планування й нормування товарних запасів з урахуванням ринкових умов, формування логістичних схем надходження товарів на склад.

5. Методи управління торговими витратами обігу, які охоплюють методи створення умов оптимізації та постійного зниження рівня собівартості стосовно загального обсягу товарообігу. Такі методи дають змогу знаходити резерви економії управлінських і накладних витрат, удосконалювати планування операційних витрат обігу в розрізі напрямів і статей витрат.

6. Фінансові методи управління прибутком, активами, капіталом і ризиками в діяльності торгових підприємств.

Інтегральним критерієм ефективності застосовуваних методів менеджменту є приріст ринкової вартості підприємства як найбільш адекватного критерію конкурентоспроможності та стійкості на ринку. Для формування показників аналізу й оцінювання ефективності методів менеджменту для організації торгівлі треба розглянути структуру фінансування її операційних активів, які беруть участь у процесі торгівлі та обслуговуванні, тобто співвідношення між власними й позиковими коштами, що у сукупності спрямовані на фінансування майнового комплексу торговельного підприємства, яке забезпечує купівлю-продаж товарів і надання послуг торгівлі. Отже, цілями використання методів торговельного менеджменту будуть: довгострокове зростання вартості організації торгівлі на основі економічної доданої вартості, удосконалення та підвищення якості послуг, а також процесів обслуговування покупців.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент: Підручник / С. Ю. Бірюченко, К. О. Бужимська, І. В. Бурачек та ін. ; під заг. ред. Т. П. Остапчук. Житомир : ДУ «Житомирська політехніка» ; Рута, 2021. 856 с.