

конкурентні переваги на ринку. Таким чином, успішне управління витратами у сфері послуг – це не тільки економічне питання, а й важливий фактор сталого розвитку вітчизняних компаній у динамічному економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Кулакова С., Ткаченко А., Разно М. Сучасні аспекти управління витратами українських підприємств. *Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку*. 2023. № 1(8). С. 40–48.
2. Пархоменко Л.А., Малюга Л.М., Фротер О.С., Нижник І.О. Методи обліку та управління операційними витратами. *Економіка та держава*. 2022. № 1. С. 50–54.
3. Педченко Н., Тітенко Л., Мілька А., Артюх-Пасюта О., Тітенко Ю. Сутність та економічний зміст витрат підприємства: сучасний погляд. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2023. № 1(107). С. 29–36.
4. Ющишина Л.О. Менеджмент ресурсів та витрат: курс лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 103 с.
5. Олійник Т., Бондар Д. Стратегія зниження витрат підприємства. *Молодий вчений*. 2024. № 4(128). С. 209–214. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-4-128-5>.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Гак О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Актуальність даної теми обумовлена швидкими змінами в економічному середовищі, зокрема впливом цифровізації, глобалізації та змінами в споживчих поведінках. У сучасних умовах торговельні підприємства стикаються з численними викликами, такими як зростаюча конкуренція, необхідність адаптації до нових технологій та змін у законодавстві. Ефективне управління комерційною діяльністю стає ключовим фактором для забезпечення стабільного розвитку, підвищення конкурентоспроможності та адаптації до швидко змінюваних умов ринку. Вивчення складових управління, таких як стратегічне планування, маркетингові стратегії, управління ризиками та ресурсами, є необхідним для формування комплексного підходу до управління торговельними підприємствами, що дозволяє їм не лише виживати, а й процвітати в умовах сучасного бізнес-середовища.

Проблемі управління комерційної діяльності присвячено багато праць зарубіжних і вітчизняних вчених, що свідчить про актуальність даного питання.

Істотний вклад у розробку цієї проблеми зробили українські вчені: Єршова О., Гончаренко І. [1]; Ільченко Н. [2]; Касич А., Рафальська І. [3]; Коваль Н. [4]; Полінкевич О., Шостак Л. [5].

Метою цього дослідження є аналіз складових управління комерційною діяльністю торговельних підприємств для виявлення ефективних стратегій та інструментів, які сприяють підвищенню їх конкурентоспроможності та адаптації до змінюваного ринкового середовища. Управління комерційною діяльністю торговельних підприємств є складним і багатогранним процесом, що вимагає інтеграції різних аспектів для досягнення успіху на ринку. Ефективне управління в цій сфері дозволяє підприємствам забезпечити конкурентоспроможність, максимізувати прибутки та задовольнити потреби споживачів [2]. Однією з ключових складових є стратегічне управління, яке визначає загальний напрямок розвитку підприємства. Це включає в себе аналіз ринку, що дозволяє виявити потреби споживачів, конкурентне середовище та тенденції, які можуть вплинути на бізнес. На основі цього аналізу формулюються місія підприємства та конкретні цілі, що допомагають визначити стратегії для їх досягнення.

Наступною важливою складовою є організаційне управління, яке забезпечує структуру і порядок у функціонуванні підприємства [1]. Це передбачає визначення ієрархії, розподіл обов'язків та повноважень, а також налагодження бізнес-процесів, таких як закупівля, продаж і обслуговування клієнтів. Важливим аспектом є кадрове управління, яке охоплює найм, навчання та мотивацію працівників, що сприяє створенню ефективної команди.

Фінансове управління грає критичну роль у забезпеченні ефективного використання фінансових ресурсів підприємства. Це включає в себе планування бюджету, аналіз фінансового стану та управління капіталом. Залучення та оптимізація фінансових ресурсів дозволяють підприємству підтримувати стабільність і розвиватися в умовах конкуренції. Маркетингове управління відповідає за просування товарів і послуг на ринку. Маркетингове управління є динамічним і комплексним процесом, що вимагає гнучкості та адаптивності до змін у зовнішньому середовищі. Дослідження ринку допомагає зрозуміти потреби споживачів, а розробка товару включає визначення асортименту, упаковки та ціни [4]. Важливим елементом є також просування та збут, де вибір каналів збуту та рекламні кампанії стають вирішальними для залучення клієнтів. Успішні

підприємства, які ефективно реалізують маркетингові стратегії, можуть досягти стійкого зростання та конкурентних переваг.

Операційне управління охоплює щоденну діяльність підприємства, включаючи управління запасами, логістику та контроль якості. Ефективне операційне управління є запорукою успіху підприємства [5]. Воно дозволяє знижувати витрати, підвищувати продуктивність, забезпечувати високу якість продукції та послуг, а також задовольняти потреби споживачів. В умовах швидко змінюваного ринку підприємства, які активно впроваджують нові технології та оптимізують свої процеси, мають значну конкурентну перевагу [3]. Не менш важливим є інформаційне управління, яке забезпечує обмін інформацією в межах підприємства. Впровадження сучасних інформаційних систем, таких як ERP та CRM, дозволяє автоматизувати бізнес-процеси й використовувати аналітичні дані для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Таким чином, складові управління комерційною діяльністю торговельних підприємств є взаємопов'язаними і взаємодоповнюючими, що підкреслює важливість системного підходу до управління для досягнення сталого розвитку та адаптації до змінюваних умов ринку. Ефективне управління кожною з цих складових сприяє успішній діяльності підприємства та його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Єршова О., Гончаренко І. Сучасні моделі управління розвитком бізнесу: сутність, види, інноваційні бізнес-моделі. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. Т. 2. С. 75–85.
2. Ільченко Н.Б. Концептуальна модель управління бізнес-процесами на підприємстві оптової торгівлі. *Проблеми економіки*. 2018. № 3(37). С. 97–103.
3. Касич А., Рафальська І. В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 37. С. 86–92.
4. Коваль Н.В. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. Біла церква: БНАУ, 2019. 373 с.
5. Полінкевич О.М., Шостак Л.В. Потенціал і розвиток бізнесу: навч. посіб. Луцьк: ВежаДрук, 2019. 592 с.