

**Список використаних джерел:**

1. Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>.
2. Ільченко В. М., Бендюг Є. С. Соціальне підприємництво – інноваційний бізнес, що змінює суспільство. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2023. Т. 34(73), № 2.
3. Lopushnyak H., Bondarenko S., Dmytruk, S. (2024). Design thinking as a tool for transforming approaches to leadership development in the social sphere. *Social Development and Security*, 2024. № 14(4), С. 261-295. <https://doi.org/10.33445/sds.2024.14.4.21>.
4. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Алещенко В. І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 30-34.

**Гордєєва-Герасимова Л. Ю., Постоялкіна І. П.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА  
В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Ефективне планування дає можливість підприємству завчасно передбачати можливі зміни у зовнішньому середовищі, правильно розподіляти доступні ресурси та послідовно рухатися до стратегічних результатів. У сфері торгівлі цей процес має особливе значення, оскільки діяльність таких підприємств значною мірою залежить від ринкових коливань, рівня конкуренції та швидких змін у поведінці споживачів. Для торговельних компаній вкрай важливо мати налагоджену систему планування, яка забезпечує гнучкість та стратегічну стійкість в умовах мінливого ринку.

Планування у торгівлі має свої особливості, оскільки саме цей сектор відзначається високою мінливістю та залежністю від купівельної активності клієнтів і дій конкурентів. Тому будь-які плани мають створюватися з урахуванням швидкого реагування на ринкові сигнали. Зміни тенденцій попиту, поява нових товарів чи коливання пропозиції вимагають, щоб торговельні підприємства постійно коригували свої дії. У цьому середовищі важливо мати здатність швидко змінювати підхід до продажів, асортименту та сервісу для підтримання конкурентоспроможності. Одним із ключових чинників стабільної роботи торговельного підприємства є правильне управління товарними запасами. Процес планування

передбачає прогнозування майбутнього попиту, визначення оптимальної кількості продукції на складах та своєчасне поповнення товарних залишків. Налагоджена система роботи із запасами дозволяє уникнути проблем із дефіцитом продукції або перевищенням товарних залишків, що зменшує витрати та підвищує задоволеність покупців.

Не менш важливою складовою торговельної діяльності виступають логістичні процеси. Саме швидкість та безпомилковість доставки товарів впливають на конкурентність підприємства. Використання сучасних логістичних рішень, включаючи цифрові системи відстеження поставок, здатне значно вдосконалити рух товарів, скоротити витрати й покращити рівень сервісу. Тому логістика займає центральне місце у системі планування торговельної компанії.

Планування діяльності торговельного підприємства також тісно пов'язане з формуванням товарної пропозиції, яка повинна відповідати очікуванням і реальним потребам споживачів. У цьому контексті важливим є застосування інструментів маркетингу, регулярний аналіз ринкової кон'юнктури та відстеження споживчих трендів. Саме на основі таких даних формується актуальний асортимент та забезпечується привабливість комерційної пропозиції.

Бізнес-план у сфері торгівлі виконує роль ключового документу, який визначає стратегічний курс підприємства та містить комплексні показники для його розвитку. У ньому відображаються характеристики ринку, портрет цільового споживача, конкурентні позиції, фінансові розрахунки та маркетингові напрями діяльності. Процес розробки бізнес-плану включає збір інформації, її аналітичне опрацювання та вибір найефективніших варіантів дій. Реалізація такого документу передбачає виконання поставлених завдань за визначеними етапами та регулярний контроль результатів [1].

Бізнес-планування, як складова стратегічного управління, відіграє важливу роль у діяльності торговельних компаній. Чітко сформульовані цілі, обґрунтовані прогнози та продумана структура бізнес-плану дозволяють підприємству ефективно конкурувати, своєчасно реагувати на зміни та раціонально використовувати ресурси. Наявність такого плану значно спрощує процес ухвалення управлінських рішень і сприяє системності у всіх напрямках роботи. Сучасний торговельний бізнес неможливо уявити без інновацій та технологічного розвитку. Використання

електронних платформ продажу, автоматизованих систем управління запасами, цифрової аналітики та CRM-систем дозволяє підприємствам значно підвищувати ефективність діяльності. Інновації стають важливою частиною процесу планування, оскільки забезпечують підприємству не лише економію ресурсів, але й можливість створення конкурентних переваг.

Орієнтація на споживача є фундаментальною складовою успішного планування у торговельній сфері. Глибоке розуміння потреб, очікувань, поведінки та мотивацій цільової аудиторії дає змогу підприємству адаптувати свої товари, послуги та маркетингові заходи так, щоб максимально задовольнити попит. Такий підхід сприяє формуванню лояльності клієнтів та зміцненню ринкових позицій.

Торгівля постійно перебуває під впливом зовнішніх чинників, таких як зміни у перевагах споживачів, технологічні нововведення, посилення конкурентної боротьби та коливання вартості ресурсів. Наявність продуманих планів дозволяє торговельному підприємству ефективно реагувати на такі виклики. Подальший розвиток галузі пов'язаний зі зростанням частки онлайн-продажів, модернізацією технологій та розширенням товарного асортименту.

Отже, головним завданням планування в комерційній діяльності є формування системи, здатної адаптувати підприємство до швидких ринкових змін. Гнучке стратегічне бачення, ефективний контроль товарних запасів, сучасні логістичні рішення та грамотне формування асортименту створюють основу для успішної діяльності та стабільного розвитку підприємства в умовах сучасної конкуренції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Планування діяльності торговельного підприємства: теоретико-методологічні засади та практичні аспекти. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1. С. 45-52.
2. Гринько Т. В., Олійник Т. І., Петьков В. Л. Методологія наукових досліджень у формуванні лідерських підходів до антикризового управління бізнесом. *Агросвіт*. № 16, 2025. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/7171/7287>.