

Отже, система антикризового управління повинна бути спрямована на розробку стратегій сприятливих для мінімізації негативних наслідків та забезпечення стійкості підприємства в умовах економічної нестабільності.

Список використаних джерел:

1. Олійник Т.І., Маліновський С.Л. Методичні аспекти формування антикризової програми в плануванні економічної діяльності суб'єктів підприємництва. *Ефективна економіка*. 2023. № 11. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2516/2552>
2. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Методологічні підходи до класифікації змін на підприємствах. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11 (454). С. 39-44.
3. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Економічна сутність та етапи управління змінами на підприємстві. *Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах: кол. монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько*. Дніпропетровськ: Біла К. О., 2014. С. 142-154.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Новоточинів І. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ У ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Ефективне планування дозволяє підприємству прогнозувати та адаптуватися до змін в економічному середовищі, максимізувати використання ресурсів та досягати стратегічних цілей. Планування діяльності підприємства є ключовим етапом успішного управління будь-яким підприємством, і це особливо важливо для підприємств торгівлі, що залежить від багатьох змінних чинників на ринку, де ринкова конкуренція та швидкі зміни споживчих уподобань вимагають гнучкості та стратегічного підходу [4].

Щодо особливостей планування в сфері торгівлі слід відмітити те що, торгівля визначається своєю динамічністю та великою залежністю від змін на ринку, споживчих уподобань та конкуренції. У зв'язку з цим, планування в сфері торгівлі вимагає особливого підходу [2-3]. Попит та пропозиція можуть змінюватися швидко, тому стратегії повинні бути гнучкими та легко адаптивними до нових обставин. Планування у сфері торгівлі також пов'язане з ефективним управлінням запасами, оптимізацією логістичних процесів та розробкою привабливих пропозицій для споживачів.

Сфера торгівлі визначається своєю високою динамікою, де попит та пропозиція можуть змінюватися практично миттєво. Це викликає необхідність мати гнучкі та адаптивні стратегії, які здатні швидко реагувати на нові обставини та вимоги ринку. Підприємства в сфері торгівлі повинні бути готові переглядати свої стратегії, адаптувати їх до змін в споживчому попиті та конкурентному середовищі.

Однією з ключових складових успіху в сфері торгівлі є ефективне управління запасами. Планування включає в себе аналіз та передбачення попиту, оптимізацію обсягів запасів та розподіл їх відповідно до потреб. Забезпечення правильного рівня запасів дозволяє уникнути втрат від непроданої продукції та забезпечує покупцям швидкий доступ до товарів.

Логістичні процеси в торговельному бізнесі також вимагають особливої уваги. Швидкість та точність у постачанні товарів від постачальників до полиць магазину або до клієнта напряму можуть бути вирішальними факторами конкурентоспроможності. Впровадження сучасних технологій в логістичні процеси, таких як системи відстеження, може значно підвищити ефективність цих операцій.

Планування у торговельному секторі також обов'язково пов'язане з розробкою та пропозицією продуктів та послуг, які відповідають потребам та очікуванням споживачів. Креативні маркетингові стратегії, вивчення споживчих трендів та реагування на них є важливими елементами планування в цьому контексті.

Процес розробки та виконання бізнес-плану в торговельному бізнесі полягає в тому, що бізнес-план у торгівельній сфері є основним документом, який визначає стратегічні цілі та шляхи досягнення успіху. Він містить аналіз ринку, визначення цільової аудиторії, конкурентні переваги, фінансові прогнози та плани маркетингу. Процес розробки бізнес-плану включає в себе збір та аналіз інформації, визначення стратегічних позицій та встановлення мети бізнесу. Виконання бізнес-плану включає в себе поетапну реалізацію стратегій та систематичний контроль за їхнім виконанням [1].

Слід зазначити, бізнес-планування та розробка детального бізнес-плану є ключовим етапом методології планування. Бізнес-план визначає стратегічні цілі, тактичні завдання, аналіз конкуренції, маркетингові стратегії та фінансові

прогнози. Він служить основою для прийняття рішень та дозволяє здійснювати контроль за виконанням поставлених завдань. Питання інновацій та технологічного розвитку підприємств торгівлі полягають у врахуванні інновацій та новітніх технологій і стають важливою частиною методології планування для торговельних підприємств. Запровадження ефективних систем управління запасами, впровадження електронної комерції та використання аналітики даних можуть значно поліпшити ефективність діяльності та конкурентоспроможність підприємства.

Проблеми спрямованості та орієнтованості на клієнта відіграють ключову роль в питаннях планування у торговельному бізнесі, які включають в себе також вивчення та розуміння цільової аудиторії, визначення потреб та очікувань.

Торговельний бізнес постійно стикається із різноманітними викликами, такими як зміни споживчих уподобань, конкуренція, зростання вартості ресурсів та технологічні інновації. Планування дозволяє підприємству бути готовим до таких викликів та швидко реагувати на них. Перспективи розвитку торговельного бізнесу пов'язані із використанням нових технологій, розширенням асортименту товарів та розвитком інтернет-торгівлі.

Отже, загальною метою планування в торговельному бізнесі є створення системи, яка забезпечить ефективність в умовах швидких змін на ринку. Гнучкі стратегії, ефективне управління запасами та логістикою, а також привабливі пропозиції для споживачів – основні компоненти, які гармонійно взаємодіють для досягнення успіху в сучасній торговельній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Громова Т.М. Торговельні підприємства та їх роль у створенні конкурентного середовища. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_4/9.pdf
2. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Котловська Н. Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. *Економічний простір*. 2023. № 185. С. 49-53. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/185-9>.
3. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. Торговля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2018. С. 244-320.
4. Гринько Т.В., Андросова І.О. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. *Проблеми економіки*. № 4 (46), 2020. С. 146-154.