

DOI: 10.15276/ETR.02.2022.2
DOI: 10.5281/zenodo.7301860
UDC: 330.34
JEL: D81, D84

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ТОВАРООБОРОТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

MANAGEMENT ASPECTS OF ENSURING THE GROWTH OF TURNOVER OF TRADE ENTERPRISES IN CONDITIONS OF INCREASING COMPETITION

Oleksandr Ye. Bavyko, DEcon, Professor
Odesa Polytechnic State University, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-0087-2656
Email: o.ie.bavyko@op.edu.ua

Danylo L. Yanovskyi
Odesa Polytechnic State University, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0001-6917-5181
Email: dearyanovsky@gmail.com

Received 12.03.2022

Бавико О.Є., Яновський Д.Л. Управлінські аспекти забезпечення зростання товарообороту торговельних підприємств в умовах зростання конкуренції. Науково-методична стаття.

Постійне зростання ступеня конкурентної боротьби істотно ускладнює вирішення основного управлінського завдання торговельного підприємства яке полягає у збільшенні товарообороту. Алгоритм вирішення цього завдання формується в межах концептуальних основ управління підприємницькими структурами, впровадження принципів управління якістю, використання сучасних технологій в організації торгівлі. Монополістичний характер конкуренції на локальний ринок реалізації автомобільних запасних частин обумовлює наступні напрями підвищення ефективності управління товарооборотом: оптимізація бізнес-процесів у напрямі зменшення витрат; активізація збутової політики на основі електронних каналів збуту; моніторинг активностей конкурентів та вчасне корегування своїх тактик; диверсифікація у суміжні сегменти ринку; посилення зворотного зв'язку зі споживачами; оптимізація системи нарахування заробітної плати.

Ключові слова: товарооборот, управління, торговельні підприємства, підвищення ефективності, система управління, менеджмент якості, програма підвищення ефективності

Bavyko O.Ye., Yanovskyi D.L. Management aspects of ensuring the growth of turnover of trade enterprises in conditions of increasing competition. Scientific and methodical article.

The constant increase in the degree of competition significantly complicates the solution of the main managerial task of a commercial enterprise, which consists in increasing turnover. The algorithm for solving this problem is formed within the framework of the conceptual foundations of managing business structures, introducing the principles of quality management, and using modern technologies in organizing trade. The monopolistic nature of competition in the local market for the sale of automotive spare parts determines the following areas for improving the efficiency of trade management: optimization of business processes in the direction of cost reduction; activation of sales policy based on electronic distribution channels; monitoring the activities of competitors and timely adjustment of their tactics; diversification into related market segments; strengthening customer feedback; optimization of the payroll system.

Keywords: turnover, management, trade enterprises, efficiency increase, management system, quality management, efficiency improvement program

Одна з основних структурних тенденцій, що склалися за період формування ринкових відносин в Україні полягає у переважанні частки торгівлі над іншими видами економічної діяльності у структурі ВВП. Відповідний показник традиційно знаходиться на рівні 13-15%. Сприятливі умови для започаткування та ведення бізнесу приваблюють інвесторів, які вкладають у розвиток торгівлі великі обсяги фінансових коштів. Одночасно, велика кількість гравців на споживчих ринках обумовлює постійне зростання ступеня конкурентної боротьби за покупця та ускладнює вирішення основного управлінського завдання торговельного підприємства яке полягає у збільшенні товарообороту. Актуальність цього напряму досліджень обумовлена необхідністю формування теоретико-методичного інструментарію оптимізації управління товарооборотом торговельних підприємств в умовах зростання ступеню конкурентної боротьби.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Вивчення сучасних досліджень змісту та функціонального призначення товарообороту в організації господарської діяльності підприємницьких структур надає підстави для твердження про формування двох методичних підходів у цій сфері: предметного та комплексного.

В межах предметного підходу Бланк І.А. [1], Мазаракі А.А. [2], Мних Є.В. [3], Савицька Г.В. [4] відображають зміст поняття «товарооборот» в межах безпосереднього процесу реалізації товарів та його кількісного виміру. Представники комплексного підходу Бурак І.О. [5], Марцин В.С. [6] розкривають у своїх визначеннях

функціональне місце та призначення поняття «товарооборот» набагато ширше. Дослідники вказують на те, що товарооборот виступає в якості результуючої підсистеми товарного виробництва, що представлена системою відносин обміну грошових доходів населення на споживчі товари та забезпечує зворотній зв'язок із товаровиробниками. Організаційні моделі управління товарооборотом торговельних підприємств Бланка І.А., Мазаракі А.А. містять методичну основу відповідного напряму управлінської діяльності, слугують базою для формування оптимізаційних програм у торговельних підприємствах різного асортиментного спрямування.

Метою статті є визначення сучасних підходів до розуміння сутності товарообороту, формування відповідного переліку змістових елементів та узагальнюючої дефініції. Аналіз

наявних теоретико-методичних підходів до управління товарооборотом. Визначення напрямів підвищення ефективності управління товарооборотом та засобів оптимізації управлінської активності за міжнародними стандартами з управління якістю. Моделювання цільового змісту програми підвищення ефективності управління товарооборотом торговельних підприємств, що займаються реалізацією автомобільних запасних частин та комплектуючих.

Викладення основного матеріалу дослідження

На основі аналізу змісту досліджень проблем забезпечення ефективного управління товарооборотом торговельних підприємств визначено основні змістові елементи цього поняття, див. рис. 1.

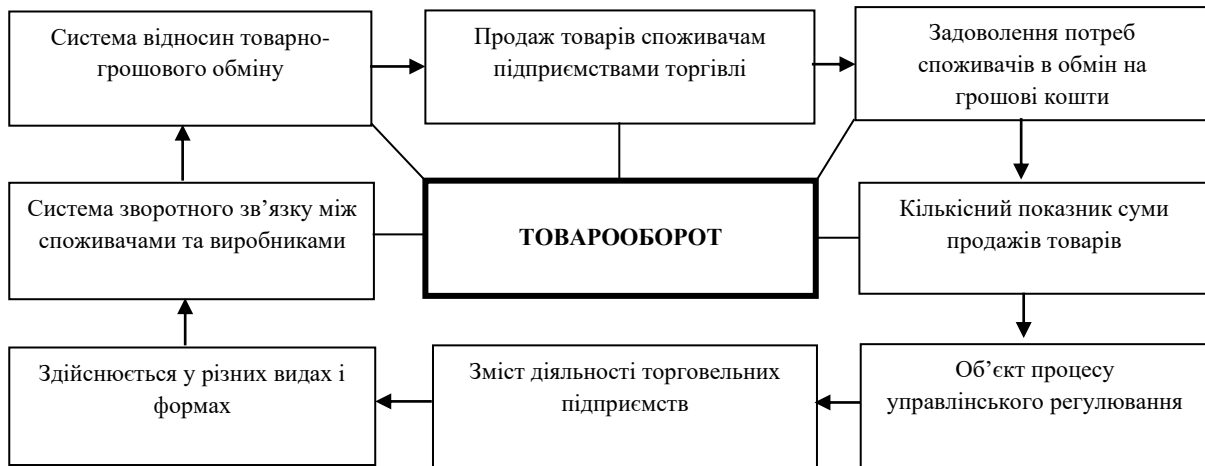


Рисунок 1. Змістові елементи поняття «товарооборот»

Джерело: власна розробка авторів

Інтегруючи змістові елементи, отримуємо наступне визначення товарообороту: формалізована система відносин товарно-грошового обміну з продажу товарів споживачам підприємствами торгівлі в межах якої формується основний результат їх діяльності та визначаються тенденції споживчого ринку для подальшого підвищення ефективності управління.

Однією з особливостей сучасного періоду розвитку соціально-економічних відносин виступає їх збільшена мінливість. В умовах формування інформаційного суспільства і постіндустріальної трансформації економіки розширюються можливості матеріального виробництва, збільшується кількість можливих каналів збуту товарів та послуг, але одночасно збільшується ступінь конкурентної боротьби, зростають вимоги до інноваційності товарів. Саме розширене використання інформаційно-комунікаційних технологій на думку сучасних вчених-економістів спричиняє вирішальний трансформуючий вплив на економічні процеси, додаючи їм характеристик мінливості та

непрогнозованості. За відповідних умов, досягнення управлінських завдань передбачає активне використання сучасних технологій в організації комерційної діяльності. Основний напрям розвитку в цій сфері передбачає налагодження електронних каналів збуту та зворотного зв'язку [7].

Процес управління товарооборотом є одним з головних елементів системи управління торговельним підприємством. Основною метою управління товарооборотом є стаке збільшення його обсягів на основі ефективного задоволення споживчого попиту та використання наявних ресурсів підприємства.

З урахуванням основної мети та задач будується процес управління товарооборотом на підприємстві, визначається конкретний зміст цього управління та послідовність його здійснення. Різні вчені моделюють системи управління товарооборотом по-різному. На нашу думку, найбільш ефективними та наочними підходами до формування структури процесу управління товарооборотом є підходи

Мазаракі А.А. та Бланка І.О. Ці два підходи слід використовувати у взаємозв'язку, виділяти найголовніше як в одному, так і в другому, в залежності від конкретної ситуації на конкретному підприємстві. Тобто будувати свою систему управління товарооборотом, базуючись на вже виведених методичних підходах вчених-економістів.

Зміст процесу управління товарооборотом, який обґрунтовується у дослідженнях Бланка І.О. передбачає наступну послідовність підпроцесів управлінського регулювання:

- підпроцес оцінки та прогнозування кон'юнктури споживчого ринку;
- підпроцес планування обсягу та структури реалізації товарів;
- підпроцес нормування та планування товарних запасів;
- підпроцес планування надходження та закупки товарів [1].

Модель процесу управління товарооборотом, запропонована Мазаракі А.А. складається з п'яти етапів. Перший етап передбачає формування інформаційної бази, що відображає кон'юнктуру ринку на якому функціонує підприємство та інтегрує її з сильними та слабкими сторонами його внутрішнього середовища. Другий етап передбачає проведення аналізу стану реалізації товарів підприємством та визначення можливостей подальшого зростання обсягу товарообороту. Третій етап управління товарооборотом передбачає формулювання цілей для подальшого розвитку товарообороту підприємства. В межах цього етапу розробляється асортиментна стратегія товарообороту, що формується в залежності від визначених факторів та умов розвитку. Четвертий етап управління товарооборотом передбачає визначення цільових показників обсягу і структури товарообороту на наступний господарський період. П'ятий етап процесу управління товарооборотом передбачає виконання традиційної функції контролю, за якої отримані результати порівнюються з встановленими завданнями. За результатами контрольних вимірювань у план розвитку товарообороту можуть бути внесені зміни щодо обсягів або товарної структури [2].

Незаперечною управлінською істиною є залежність управлінських завдань від кон'юнктури зовнішнього середовища та сильних і слабких сторін об'єкту управління.

Підпорядкованість господарської діяльності підприємницьких структур принципу максимізації прибутку обумовлює відповідні завдання з підвищення його ефективності.

Підвищення ефективності управління товарооборотом торговельних підприємств передбачає встановлення завдань, за умов досягнення яких, підприємство отримуватиме найбільший можливий економічний ефект. Синергія правильно сформульованих управлінських завдань та планів щодо їх досягнення є запорукою успішності бізнесу.

Підвищення ефективності управління товарооборотом торговельного підприємства завжди пов'язане із завданнями збільшення його обсягів та рентабельності продажів.

За відповідних організаційно-управлінських орієнтирів основними напрямками підвищення ефективності управління товарооборотом торговельного підприємства мають бути:

- планування асортиментної структури товарообороту на основі вивчення специфіки (у тому числі сезонної) попиту покупців на конкретні групи товарів;
- планування товарних запасів з огляду на визначення номенклатури груп товарів, які користуються найбільшим попитом та пріоритетна закупівля цих товарів;
- виключення з асортименту товарів, які характеризуються обмеженим попитом;
- планування поставки товарів на основі аналізу ринку постачальників, оцінюючи їх за критеріями «ціна-якість», торгова марка, додаткові послуги, способи оплати (наявність товарного кредиту) та ін.;
- посилення оперативного аналізу виконання плану з товарообороту і визначення причини невідповідностей;
- своєчасне корегування плану товарообороту, постачання товарних запасів, а також змін цінової політики в залежності від змін кон'юнктури ринку;
- стимулювання купівельної активності (лояльність) споживачів, на основі використання знижок та інших промо-акцій;
- забезпечення належного рівня культури обслуговування покупців та постійного його вдосконалення, запровадження нових послуг та кращих умов перебування у магазині;
- оптимізація управління товарними запасами на основі впровадження концепції співпраці з постачальниками «точно у строк»;
- збільшення реклами у соціальних мережах, створення електронного магазину, організація доставки покупок за онлайн замовленнями.

Підвищення ефективності управління товарооборотом, перманентна управлінська мета, яка досягається засобами впровадження у практику управління принципів стандартів з якості серії ISO 9001 [8].

До засобів оптимізації управлінської активності за міжнародними стандартами з управління якістю відносяться наступні положення:

- пріоритетна орієнтація на споживача, яка передбачає вибудовування ланцюга доданої вартості в умовах постійного зворотного зв'язку зі споживачами товарів та послуг;
- постійне покращення організаційних і технологічних умов функціонування торговельного підприємства за принципами японської методики Кайзен;
- відповідальне лідерство керівництва, яке має формалізувати цілі у сфері управління якістю в

- якості основних та спрямувати на їх досягнення організаційні ресурси;
- процесний підхід до організації технологічних процесів, який передбачає алгоритмізацію діяльності працівників та встановлення контрольних точок вимірювання їх ефективності;
- залучення працівників підприємства до вирішення проблем підвищення якості функціонування, заохочення робітників до активної професійної позиції;
- перманентний контроль та оцінка ефективності системи управління товарооборотом торговельного підприємства.

Невід'ємним елементом управління товарооборотом завжди виступає оцінка його ефективності. Під якою сучасні дослідники розуміють систематичний збір, відображення, аналіз та опрацювання даних спеціальними методами в різних аспектах виробничо-господарської діяльності підприємства.

Оцінка ефективності – це функція, яка через інформацію пов'язує дослідників з ринками, споживачами, конкурентами, зі всіма елементами зовнішнього середовища та безпосереднього оточення. Методи оцінки ефективності пов'язані з прийняттям рішень у всіх аспектах управлінської діяльності. Вони знижують рівень невизначеності і стосуються всіх елементів підприємства, його зовнішнього середовища в тих напрямках, які формують основу зростання прибутковості за рахунок збільшення частки продажів конкретного продукту на обраному ринку.

До переліку показників ефективності управління товарооборотом відносяться: обсяг товарообороту, його динаміка, ритмічність товарообороту, рентабельність продажів, асортиментна структура, а також показники ефективності управління товарними запасами.

В межах представленого дослідження було проаналізовано комерційну діяльність локального кластеру торговельних підприємств, що спеціалізуються на реалізації автомобільних запасних частин та комплектуючих. Під впливом тенденції до збільшення покупок вживаних автомобілів з США, Кореї, Європи, кількість торговельних підприємств, чия діяльність відноситься до Класу 45.32: Роздрібна торгівля деталями та приладами для автотранспортних засобів, значно збільшилась.

За результатами узагальнення інформації з управлінського обліку можна зробити висновок, що наявність сталого попиту на запасні частини, обумовлює достатні обсяги товарообороту і стійкій фінансовий стан більшості торговельних підприємств цього кластеру. Одночасно, низькі бар'єри входу на ринок обумовлюють постійне збільшення кількості гравців та зменшення обсягів товарообороту в окремих підприємствах.

З метою формування інформаційної бази для моделювання цільового змісту програми підвищення ефективності управління товарооборотом за методикою SWOT-аналізу

було визначено специфіку внутрішнього та зовнішнього середовища досліджуваних торговельних підприємств.

До сильних сторін досліджуваних підприємств відносяться:

- стабільне фінансово-економічне становище;
- налагоджена довгострокова співпраця із закордонними та українськими партнерами;
- спроможність забезпечити завершений цикл зовнішньо-економічних операцій;
- висококваліфікований управлінській та операційний персонал;
- процесна організаційна структура.

Слабкі сторони торговельних підприємств кластеру автомобільних запасних частин та комплектуючих:

- залежність від міжнародної кон'юнктури;
- недостатній рівень організації бізнес-процесів;
- відсутність сертифікації за ISO 9001;
- недостатній рівень розвитку системи мотивації праці та підвищення кваліфікації;
- недостатній рівень цифровізації та автоматизації бізнес-процесів.

Встановлені такі можливості для подальшого розвитку:

- можливість збільшення кількості клієнтів;
- лояльність клієнтів;
- довгострокові господарські зв'язки з постачальниками;
- достатній платоспроможний попит;
- збільшення попиту на логістичні послуги;
- розширення обсягів електронної комерції;
- використання інструментів штучного інтелекту.

Загрози у зовнішньому середовищі:

- високий ступінь конкуренції;
- висока ринкова влада клієнтів;
- низький загальний рівень доходів населення;
- нестабільність законодавчої бази, зміна правил митного оформлення;
- політична нестабільність та загроза військової агресії;
- перманентна криза економіки.

За результатами оцінки стратегічних альтернатив розвитку підприємств аналізованого кластеру придатною для використання було визнано стратегію обмеженого зростання та забезпечення стабільності за рахунок оптимізації бізнес-процесів.

Враховуючи те, що локальний ринок автомобільних запасних частин та комплектуючих характеризується монополістичною конкуренцією, а у найближчий час криз не очікується, торговельним підприємствам необхідно дотримуватись відповідного алгоритму діяльності щоб уникнути додаткових загроз та забезпечити прийнятний рівень економічної ефективності, а для цього необхідно:

- оптимізувати бізнес-процеси підприємств у напрямі зменшення витрат;
- розробити програму збільшення обсягу

- товарообороту підприємств;
- здійснювати моніторинг активностей конкурентів та вчасно корегувати свої тактики;
- визначити напрями можливої диверсифікації у суміжні сегменти ринку;
- посилювати зворотній зв'язок зі споживачами продукції, що підвищить їх лояльність;
- оптимізувати систему нарахування заробітної плати за рахунок розвитку нормування та преміювання працівників;
- підтримувати та розвивати інтелектуальний потенціал.

Стратегія обмеженого зростання та забезпечення стабільності за рахунок оптимізації бізнес-процесів, яку було рекомендовано підприємствам досліджуваного кластеру, передбачає екстраполяцію показників розвитку минулого періоду на звітний та майбутні періоди з корегуванням на індекс інфляції, зміну курсу національної валюти, а також з врахуванням міжнародної та макроекономічної специфіки розвитку.

Програма підвищення ефективності управління товарооборотом підприємства має бути спрямована на досягнення головної мети, а саме: збільшення обсягу товарообороту, рис. 2.

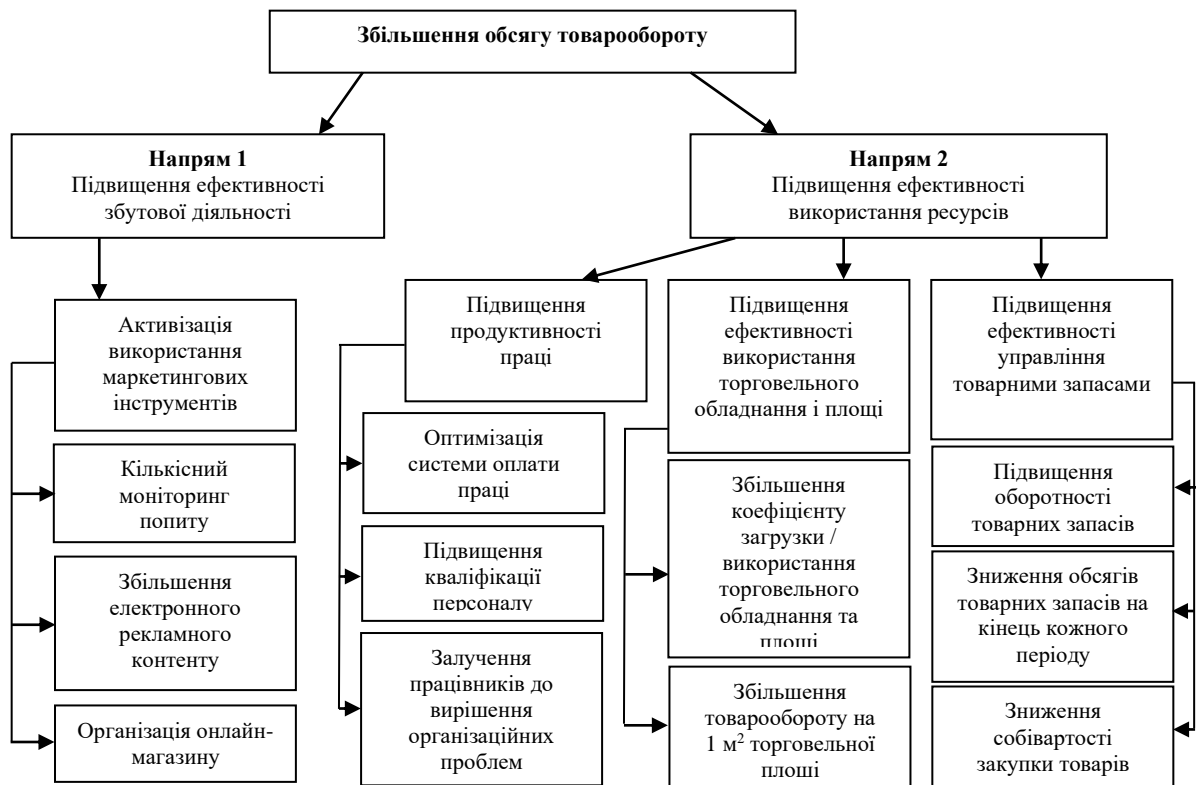


Рисунок 2. Функціональні напрями і завдання програми підвищення ефективності управління товарооборотом

Джерело: власна розробка авторів

В межах обраної стратегії обмеженого зростання, розроблена програма передбачає оптимізаційні заходи у двох основних напрямках:

- підвищення ефективності збутової діяльності;
- підвищення ефективності використання ресурсів.

Перший напрям передбачає оптимізацію витрат на маркетинг та збут на основі використання сучасних інформаційно-комунікаційних каналів просування та реалізації продукції. Цей напрям програми підвищення ефективності управління товарооборотом підприємства складається з наступних завдань:

- організація кількісного моніторингу попиту споживачів з метою визначення оптимального асортименту та ефективного управління товарними запасами;

- налагодження каналів прямого та зворотного зв'язку через акаунти у соціальних мережах для найкращого задоволення потреб клієнтів;
- активізація рекламної компанії у віртуальному середовищі нарощування контенту у соціальних мережах, відкриття онлайн-магазину.

В межах другого напрямку функціональні завдання передбачають оптимізацію витрат у трьох сферах управління:

- підвищення продуктивності праці працівників;
- підвищення ефективності використання торговельного обладнання і торговельної площі;
- підвищення ефективності управління товарними запасами.

Підвищення продуктивності праці працівників передбачає:

- оптимізацію системи оплати праці на основі її трансформації з почасової до змішаної підрядно-часової з розширенням показників нормування виробітку;
- постійне підвищення кваліфікації персоналу;
- залучення працівників підприємства до участі в управлінні.

Сфера підвищення ефективності використання торговельного обладнання і торговельної площі передбачає вирішення таких завдань:

- збільшення інтегрального коефіцієнту загрузки / використання торговельного обладнання та площі;
- збільшення товарообороту на 1 м² торговельної площі.

Підвищення ефективності управління товарними запасами передбачає:

- підвищення оборотності товарів;
- зниження обсягів товарних запасів на кінець кожного періоду;
- зниження собівартості закупки товарів.

Висновки

Низький рівень бар'єрів входу і достатній рівень операційної рентабельності обумовлюють постійне збільшення кількості торговельних підприємств. За відповідних умов постійно зростає ступінь конкурентної боротьби та ускладнюється вирішення основного управлінського завдання торговельного підприємства яке полягає у збільшенні товарообороту, під яким розуміється обсяг реалізації товарів та його структура, що відображає тенденції споживчого ринку.

Процес управління товарооборотом є одним з головних елементів системи управління торговельним підприємством. Основною метою управління товарооборотом є стаке збільшення його обсягів на основі ефективного задоволення споживчого попиту та використання наявних ресурсів підприємства. Алгоритм вирішення цього завдання формується під впливом таких факторів:

- концептуальні основи управління підприємницькими структурами, які передбачають прийняття управлінських рішень на основі стратегічної оцінки внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення цілей

розвитку та планування відповідних бізнес-процесів;

- впровадження у практику управління торговельними підприємствами принципів, що встановлені стандартами з управління якістю серії ISO 9001, перш за все мається на увазі пріоритетна орієнтація на споживача, яка передбачає вибудовування ланцюга доданої вартості в умовах постійного зворотного зв'язку та постійне покращення організаційних і технологічних умов функціонування торговельного підприємства;
- використання сучасних технологій в організації торгівлі, що передбачає налагодження електронних каналів збуту та зворотного зв'язку.

Досліджений кластер торговельних підприємств, які спеціалізуються на реалізації автомобільних запасних частин та комплектуючих характеризується наявністю сталого попиту на запасні частини, що обумовлює достатні обсяги товарообороту і стійкій фінансовий стан більшості торговельних підприємств цього кластеру. Одночасно, низькі бар'єри входу на ринок обумовлюють постійне збільшення кількості гравців та зменшення обсягів товарообороту в окремих підприємствах. На основі методики SWOT-аналізу підприємств аналізованого кластеру, придатною для використання було визнано стратегію обмеженого зростання та забезпечення стабільності за рахунок оптимізації бізнес-процесів.

Монополістичний характер конкуренції на локальний ринок реалізації автомобільних запасних частин та комплектуючих обумовлює наступні напрями підвищення ефективності управління товарооборотом торговельних підприємств: оптимізувати бізнес-процеси у напрямі зменшення витрат; розробити програму збільшення обсягу товарообороту на основі активізації збутової політики; здійснювати моніторинг активностей конкурентів та вчасно корегувати свої тактики; визначити напрями можливої диверсифікації у суміжні сегменти ринку; посилювати зворотній зв'язок зі споживачами продукції, що підвищить їх лояльність; оптимізувати систему нарахування заробітної плати за рахунок розвитку нормування та преміювання працівників.

Abstract

The low level of barriers to entry and the sufficient level of operating profitability lead to a constant increase in the number of commercial enterprises. Under appropriate conditions, the degree of competition is constantly growing and it becomes more difficult to solve the main management task of a trading company which is to increase turnover, which means the volume of sales and its structure, which reflects consumer market trends.

The process of turnover management is one of the main elements of the management system of a commercial enterprise. The main purpose of turnover management is a steady increase in its volume on the basis of effective satisfaction of consumer demand and the use of available resources of the enterprise. The algorithm for solving this problem is formed under the influence of the following factors:

- conceptual foundations of management of business structures, which provide for management decisions based on strategic assessment of internal and external environment, defining development goals and planning relevant business processes;

- introduction into the practice of management of commercial enterprises of the principles established by the quality management standards of the ISO 9001 series, first of all means priority orientation to the consumer, which involves building a value chain in constant feedback and continuous improvement of organizational and technological conditions functioning of a commercial enterprise;
- the use of modern technologies in the organization of trade, which involves the establishment of electronic sales channels and feedback.

The studied cluster of trade enterprises specializing in the sale of automotive spare parts and components is characterized by a constant demand for spare parts, which leads to sufficient turnover and stable financial condition of most commercial enterprises in this cluster. At the same time, low barriers to entry lead to a steady increase in the number of players and a decrease in turnover in some companies. Based on the methodology of SWOT-analysis of enterprises of the analyzed cluster, the strategy of limited growth and stability due to the optimization of business processes was recognized as usable.

The monopolistic nature of competition in the local market of automotive spare parts and components determines the following areas of improving the efficiency of turnover management of commercial enterprises: to optimize business processes to reduce costs; to develop a program to increase trade on the basis of intensification of sales policy; monitor the activities of competitors and timely adjust their tactics; identify areas for possible diversification into related market segments; increase feedback from consumers of products, which will increase their loyalty; to optimize the system of salary accrual through the development of rationing and bonuses for employees.

Список літератури:

1. Бланк І.О. Управління торговельним підприємством: підручник / І.О. Бланк. – Харків: Наука, 2007. – 420 с.
2. Мазаракі А.А. Економіка торгівельного підприємства / А.А. Мазаракі. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
3. Мних Є.В. Економічний аналіз / Є.В. Мних. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 488 с.
4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2007. – 654 с.
5. Бурак І.О. Галузеві особливості торговельних підприємств / І.О. Бурак // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1(11). – С. 23-29.
6. Марцин В.С. Економіка торгівлі: [підручник] / В.С. Марцин. – К.: Знання, 2006. – 402 с.
7. Бавико О.Є. Віртуальні механізми координації діяльності суб'єктів регіонального економічного простору / О.Є. Бавико // Інноваційна економіка. – 2013. – №3. – С. 166-171.
8. ISO 9001:2015 Системи управління якістю. К.: Укрстандарт, 2015. – 56 с.

References:

1. Blank, I.O. (2007). Management of a commercial enterprise: a textbook. Kharkiv: Nauka [in Ukrainian].
2. Mazaraki, A.A. (1999). Economics of a trading company. Kyiv: Khreshchatyk [in Ukrainian].
3. Mnykh, Y.V. (2010). Economic analysis. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
4. Savytska, H.V. (2007). Economic analysis of the enterprise. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
5. Burak, I.O. (2014). Sectoral features of commercial enterprises. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. 1(11), pp. 23-29 [in Ukrainian].
6. Martsyn, V.S. (2007). Trade Economics: textbook. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
7. Bavyko, O.Ye. (2013). Virtual mechanisms for coordinating the activities of the subjects of the regional economic space. Innovatsiina Ekonomika, 3 (41), 166-171. [in Ukrainian].
8. ISO 9001:2015 Quality management systems. Kyiv: Ukrstandart [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Бавико О.Є. Управлінські аспекти забезпечення зростання товарообороту торговельних підприємств в умовах зростання конкуренції / О.Є. Бавико, Д.Л. Яновський // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2022. – № 2 (60). – С. 22-28. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No2/22.pdf>

DOI: 10.15276/ETR.02.2022.2. DOI: 10.5281/zenodo.7301860.

Reference a Journal Article:

Bavyko O.Ye. Management aspects of ensuring the growth of turnover of trade enterprises in conditions of increasing competition / O.Ye. Bavyko, D.L. Yanovskyi // Economics: time realities. Scientific journal. – 2022. – № 2 (60). – P. 22-28. – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No2/22.pdf>

DOI: 10.15276/ETR.02.2022.2. DOI: 10.5281/zenodo.7301860.

