

Продажі в електронній комерції постійно ростуть і на те є вагомі причини. Інтернет-магазин є одним з найпопулярніших онлайн-підприємств. Прогнозується збільшення продажів з 1,3 трлн. в 2014 році до 4,5 трлн. в 2021 році. Показник збільшився в три рази протягом 7 років [4].

Це означає, що тренд з кожним роком має збільшуватись. Споживачі витрачають менше часу на покупки в магазині, а купують усі товари онлайн через комп'ютер або телефон.

Отже, технологія є важливим рушієм майбутнього бізнесу. Компанії, що активно її використовуює в своїй діяльності, отримують конкурентні переваги в інноваціях та продуктивності праці. Споживачі зацікавлені отримувати якісний товар, але не менше зацікавлені в тому, щоб цей товар був продемонстрований за рахунок нових технологій. В світі наразі велика кількість компаній активно розвиваються використовуючи нові технологічні тренди. В Україні тільки невелика частка компаній, яка вкладає кошти у розробку, розвиток та використання світових технологій, які в найближчому майбутньому стануть для всіх повсякденним явищем.

Використана література:

1. Хмельницький В. Тренди майбутнього. Їхати нікуди, потенціал України тільки зростатиме / В. Хмельницький // НВ Бізнес. – 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/svit-maybutnogo-shcho-chekaye-lyudstvo-cherez-20-30-rokiv-video-50034139.html>.

2. До 2020 року бізнес здійснюватиме половину операцій без участі людини // Економічна правда. – 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/03/7/645912/>.

3. Сироватко І. Тренди світового e-commerce: як майбутнє стає реальністю / І. Сироватко // Ukrainian Retail Association. – 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/trendy-mirovogo-e-commerce/>.

4. 10 трендов Ecommerce в 2019-2020 году // ContentCafé.Pro West Ecommerce & Marketing Resource Fb group. – 2019. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://contentcafe.pro/ru/10-trendov-ecommerce-2019-2020/>.

### **Стратегічний менеджмент як ефективний інструмент управління підприємством**

**Баєва О. І.**, к.е.н., доцент кафедри управління та економіки підприємства

*Національного фармацевтичного університету*

*olgaivanovnabaeva@gmail.com*

**Бондаренко А. О.**, здобувач вищої освіти 2 курсу ОПП «Економіка підприємства»

*Національного фармацевтичного університету*

*bondarenkoamina0103@gmail.com*

Впровадження і використання системи ефективного стратегічного менеджменту забезпечує комплексний погляд на внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, полегшує ухвалення стратегічних рішень, сприяє комунікації, можливості розвитку виробничих потужностей підприємства.

Стратегічний менеджмент можна визначити, як комплекс стратегічних рішень, спрямованих на довготривалий розвиток підприємства, комплекс конкретних дій, що

забезпечують швидке реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, яка може спричинити за собою необхідність перегляду стратегічних цілей і зміну загального напрямку розвитку.

Доцільність формування стратегії полягає в наступному[1]:

стратегія відображає систему цінностей, погляди вищого керівництва організації, його бачення майбутнього, яке допомагає зорієнтувати персонал у потрібному напрямі; аналіз середовища трактує вихідну ситуацію, визначає обмеження, які ним накладаються, і можливу його еволюцію;

сформована стратегія є інструментом координації, який забезпечує узгодження цілей, а у випадку виникнення конфліктів чи протиріч сприяє досягненню компромісів, допомагає здійснювати діагностику діяльності організації, визначаючи причини відхилень між цілями та результатами;

наявність сформованої стратегії підвищує готовність організації реагувати на непередбачені зміни, демонструє зв'язок між функціями посадових осіб, сприяє обґрунтованому управлінню.

Реальність і ефективність стратегії підприємства можливі, за умови, що стратегічні цілі є чіткими, вимірюваними, досяжними, визначені в часі, комплексні, підтверджені необхідними ресурсами.

Стратегічний підхід до керування підприємством дає змогу підприємству чітко визначати свої завдання, націлює керівників на перспективне мислення, веде до чіткої координації зусиль, сприяє підготовленості організації до раптових змін і криз.

Використана література:

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/11780> (дата звернення 21.09.2019).

**Роль менеджменту знань в стратегічному розвитку організації**  
**Бутенко Н. Ю.**, к.е.н., доцент кафедри менеджменту ДВНЗ «Київський  
національний економічний університет ім. В. Гетьмана»  
*rix\_box@voliacable.com*

Усвідомлення знань як економічного ресурсу, життєво необхідного для діяльності комерційних компаній, є вагомою підставою для включення їх до сфери управлінської діяльності. Не випадково управління знанням у компаніях сьогодні розглядається як важливе стратегічне завдання. Сучасна вітчизняна й закордонна теорія й практика мають у розпорядженні різні підходи й методи управління, що використовуються для рішення завдань розвитку інтелектуального капіталу в цілому й управління знаннями зокрема.

Досвід роботи провідних світових та вітчизняних підприємств засвідчує, що ефективність системи управління знаннями напряму впливає на успішність розвитку підприємства, підтвердженням чому виступає система збалансованих показників (BSC). Однією з невід'ємних складових цієї системи є проєкція «навчання та розвиток», в основі якої – показники навчання та розвитку персоналу підприємства. Поступово концепція управління знаннями набуває практичних обрисів в системі управління сучасним підприємством та сприяє формуванню конкретних результатів на