

## ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ ЗА РАХУНОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Гаєва А.І., гр. Б-14

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Кулініч О.А.  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю систематизації накопичених теоретичних і практичних підходів до підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі на основі розвитку кадрового потенціалу. Це пов'язано в першу чергу з тим, що багато суттєвих питань досі залишаються недостатньо розробленими, в результаті чого в сучасній економічній науці неповно викладені питання теорії, методології та практики розвитку кадрового потенціалу підприємств як інструменту підвищення конкурентоспроможності та ефективності їх діяльності.

Провідна роль кадрового потенціалу особливо відчутна при реалізації основних бізнес-процесів підприємств роздрібної торгівлі:

1. Закупівля: реалізація кадрового потенціалу потребує застосування певних методів прийняття управлінських рішень щодо планування портфеля замовлень, обґрунтування та вибору постачальників, ведення переговорів і укладання угод з постачальниками, планування періоду постачань.

2. Доставка: прийняття рішень менеджерами щодо планування маршрутів і графіків постачання товарів. Своєчасність доставки, цілісність продукції, експлуатаційні характеристики транспортних засобів залежать від рівня професіоналізму, продуктивності праці, надійності, уважності обслуговуючого персоналу.

3. Зберігання: обрання ефективної системи управління запасами та технології їх зберігання, що сприятиме прискоренню їх оборотності, підвищенню цінності асортиментної пропозиції та повному задоволенню споживчого попиту.

4. Продаж: особливості кадрового потенціалу визначаються його комунікативними компетенціями. Поряд з суто професійними компетенціями важливого значення набуває особистісний потенціал персоналу, задіяного в процесі обслуговування споживачів.

Пропонується розглядати кадровий потенціал як сукупність здібностей, вмінь, навичок працівників спільно досягати стратегічні цілі торговельного підприємства під час здійснення основних бізнес-процесів.