

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Жураковська А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Торгова організація є головним суб'єктом ринку, що здійснює рух товару, результативність якого визначається основною діяльністю торгової організації.

Оскільки торгівля є формою товарного обігу і виражає собою економічні відносини, пов'язані з обміном товарів і конкретні господарські відносини, пов'язані з процесами їх реалізації, то можна виділити дві головні функції торгових організацій:

1) товарний обмін – виражається в здійсненні зміни форм вартості. Даний функція є непродуктивною, оскільки її виконання пов'язане безпосередньо з купівлею-продажем товарів. Вона включає в себе касові, банківські та інші операції, які не впливають на збільшення вартості товарів;

2) доведення товарів від виробника до кінцевого споживача. Ця функція є продуктивною, оскільки продовжує процес виробництва у сфері обігу. Вона включає в себе транспортування продукції, зберігання запасів, проведення фасування і упаковки товарів тощо, тобто, такі операції, які впливають на вартість товарів.

У процесі здійснення комерційної діяльності більшість торгових організацій, як показує практика, стикається з рядом проблем.

1. Фінансування: однією з основних питань при створенні торгового підприємства є достатнє фінансування. Може знадобитися капітал для закупівлі товарів, оренди приміщення, оплати персоналу та багатьох інших витрат. Планувати бюджетні витрати треба заздалегідь шукати способи залучення фінансування, такі як кредити або партнерство з інвесторами.

2. Вибір товару та постачальників: визначення правильного товару для продажу та пошук надійних постачальників може бути складним завданням. Повинні бути в курсі споживчого попиту та конкуренції на ринку, щоб вибрати товари, які будуть затребувані. Досліджувати ринок, проводити аналіз конкурентів і встановлювати довгострокові відносини з надійними постачальниками.

3. Маркетинг та продажі: залучення клієнтів є важливим аспектом. Розробка маркетингової стратегії, включає рекламу, просування через соціальні мережі, участь у спеціальних заходах. Також треба зрозуміти свою цільову аудиторію та налаштувати продажі відповідно до їх потреб та уподобань.

4. Управління поставками та інвентаризація: Ефективне управління поставками та інвентаризацією є необхідною умовою для успішного торгового підприємства. Ви повинні відстежувати рівень запасів, управляти поставками і здійснювати контроль якості товарів. Щоб уникнути нестачі або надлишку товарів на складі, рекомендується використовувати спеціальні програми для автоматизації та оптимізації процесів.

5. Конкуренція: торгові підприємства часто стикаються з жорсткою конкуренцією на ринку. Важливо розробити свою унікальну продукцію або послугу, а також виділятися за допомогою надійного обслуговування клієнтів і конкурентоспроможних цін. Аналізуючи своїх конкурентів, щоб зрозуміти їх сильні і слабкі сторони, також вживати заходів для зміцнення своєї позиції на ринку.

6. Однією з істотних проблем є недолік кваліфікованого персоналу, оскільки в даний час багато підприємств змушені брати на роботу співробітників без відповідного професійного освіти. Зважаючи на це непідготовлений співробітник стикається з рядом складних завдань, вирішення яких безпосередньо позначається на фінансових результатах організації. Для вирішення даної проблеми, підприємствам необхідно більш ретельно проводити відбір співробітників, а також періодично проводити підвищення кваліфікації свого персоналу.

7. Ще однією важливою проблемою торгових організацій є виникнення матеріальних і товарних втрат. Більшою мірою це стосується підприємств роздрібною торгівля. Втрати через природного убутку можна мінімізувати за допомогою нормування. При виявленні бракованої продукції, необхідно з'ясувати, що є причиною виникнення даної ситуації. Якщо це виникло з вини виробника, необхідно повертати даний товар або з заміною на новий з нормальною якістю, або з відшкодуванням грошових коштів. Для попередження крадіжок необхідно оснастити торгові і складські приміщення камерами відеоспостереження, а також використовувати інші системи безпеки.

Серед проблем комерційної діяльності торгових організацій можна виділити і проблему недостатнього отримання прибутку від реалізації продукції. З метою збільшення прибутку торгової організації, необхідно проводити заходи, спрямовані на стимулювання збуту.

Стимулювання збуту можна проводити за допомогою реклами, надання знижок покупцям. Невід'ємною частиною заходів, спрямованих на стимулювання, є розширення додаткових послуг, що надаються покупцям в магазинах. Це може бути прийом попередніх замовлень на товари, які тимчасово відсутні у продажу, упаковка і доставка додому придбаних товарів, обслуговування інвалідів, ветеранів тощо.

Таким чином, застосовуючи дані рекомендації на практиці, торгові організації зможуть мінімізувати виникаючі проблеми в процесі здійснення комерційної діяльності і збільшити свій прибуток.

#### **Список використаних джерел:**

1. Громова Т.М. Торговельні підприємства та їх роль у створенні конкурентного середовища. *Інтелект XXI*. 2018. № 4. С. 50-53.
2. Кулик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинович-Яворська Д.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контроль-но-аналітичне забезпечення системи управління: монографія. Чернівці: Технодрук, 2015. 370 с.

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Погрібний Р. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **СУЧАСНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

Оптова торгівля – важлива і невід'ємна частина економіки будь-якої економіки країни, в тому числі і України. Вона сприяє розвитку соціально-економічних відносин між учасниками ринку та допомагає задовільнити споживацькі потреби. Оптова торгівля є ключовою ланкою в ланцюгу поставок товарів, головною задачею якої є створення найкомфортніших умов для суб'єктів цільового ринку, забезпечення безперервності товарообігу, задоволення наявних потреб українських підприємств та споживачів роздрібною торгівлі.