

Кравченко Т. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**РОЛЬ ТОРГІВЛІ
В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

Торгівля як галузь виступає в якості основного фактору соціально-економічного розвитку країни. Сутність торгівлі як однієї з соціально-економічних підсистем суспільства розглядається в сучасній літературі досить широко. Типові точки зору на торгівлю визначають дану галузь як організатору ринку; регулятору попиту та пропозиції; суб'єкта, який здійснює функцію обміну в відтворювальних процесах [1, с. 29]. Торгівля, забезпечуючи взаємозв'язок виробництва, розподілу і споживання, представляє економічні відносини між виробництвом і споживанням [2, с. 10]. Усередині цього процесу торгівля являє собою економічні взаємозв'язки між господарюючими ланками та населенням в галузевому, територіальному та соціально-економічному аспектах.

Таким чином, в найбільш загальному вигляді роль торгівлі як системоутворюючої ланки відтворювального процесу, полягає у виконанні функцій, що забезпечують єдність відтворення соціально-економічних систем різного рівня (рис. 1).

До виробничої функції торгівлі можна віднести підтримку рівноваги пропозиції та попиту з одночасним впливом на виробництво ширшого асортименту й обсягу продукції [3, с. 804]. Функція торгівлі по скороченню витрат в сфері споживання забезпечує економію часу покупців на покупку товарів, і реалізується через удосконалення форм і методів продажів, надання інформаційних послуг тощо. Значний інтерес представляють маркетингові функції торгівлі, до яких зараховуються: ринкові дослідження, відбір споживачів для виявлення цільового ринку, вироблення стратегії, моніторингу вимог і споживчих переваг; а також просування товарів у вигляді стимулювання збуту, використання реклами, встановлення ціни, створення служб сервісу тощо [4, с. 60].



Рис. 1. Функції торгівлі [5]

Виконуючи функцію організації господарських зв'язків між постачальниками і споживачами товарів в регіоні, торгівля забезпечує просторове пересування товарів від виробників і оптових підприємств до споживачів, виконуючи при цьому безліч операцій з розвитку виробничого процесу, в тому числі – в сфері обігу. Функція організації взаємовідносин з постачальниками продукції представлена операціями з дослідження попиту, найкращому вибору серед постачальників і процедурі оформлення з ними договорів, а також подальший контроль за їх виконанням [6, с. 287].

У сфері торгівлі при закупівлі товарів і створенні товарних запасів, завжди виникає ризик щодо зниження обсягу продажів. Також з'являються ризики, що виникають з втратою якості продукції при транспортуванні або ж зберіганні.

Ризики виникають у зв'язку з коливаннями цін, зменшенням платоспроможності покупців і т. ін.

Отже, функції торгівлі проявляються не тільки в додатковій економії суспільної праці, що виникає при виробництві потоку споживчих вартостей в матеріальному виробництві, а й придбаною економією праці, що виникла в товарному обігу. Таким чином, роль торгівлі, як фактору економічного зростання, полягає в реалізації суспільного продукту, що забезпечує відшкодування витрат живої і матеріальної праці в виробництві різного роду матеріальних цінностей (товару).

Список використаних джерел:

1. Алопій В. Інтеграція та інтернаціоналізація внутрішньої торгівлі України: сучасні тенденції і проблеми розвитку. *Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць*, 2017. Львів: Вид-во Львівського торговельно-економічного університету. Вип. 21. 168 с.
2. Баскакова М.Ю. Управління вибором стратегії просування нової продукції на ринок. *Проблеми науки*. 2013. №1. С. 8-16.
3. Бровкіна Ю. Тенденції та перспективи роздрібної торгівлі в Україні. *Young Scientist*, 2017. № 10 (50). С. 802-806.
4. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т.З. Механізм функціонування суб'єктів підприємництва в контексті економічної безпеки країни. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2018. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика». Вип. 3(15). С. 58-64.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. *Торгівля 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.
6. Семерунь Л.В. Фактори і резерви підвищення ефективності операційної діяльності торговельних підприємств. *Торгівля і ринок України: зб. наук. праць*. Донецьк: Вид-во ДонНУЕТ, 2010. Вип. 29. С. 284-292.

Лебединець В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПОСЛУГА І СЕРВІС ЯК ЕКОНОМІЧНІ КАТЕГОРІЇ

Поняття «послуга» є продукт конкретної праці або «корисний ефект цієї праці», який виступає як споживча вартість, що задовольняє певні потреби людей.