

Шубертова К. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ, ТОРГІВЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку торгівлі є 2 основних види торгівельної діяльності [1]:

- внутрішня і зовнішня;
- оптова, роздрібна.

Основний рух розвитку торгівлі на сучасному етапі:

- 1) суттєво розширюються сфери діяльності торгівлі;
- 2) відбувається злиття сфер промисловості та торгівлі;
- 3) відбувається розвиток торговельно-сервісних комплексів;
- 4) розвиток організованих міні-ринків замість стихійних;
- 5) створення спеціалізованих підприємств, орієнтованих на окремі контингенти споживачів залежно від їх доходів;
- 6) відбувається видозміна оптової торгівлі та збільшується її частка в посередницьких операціях;
- 7) впровадження новітніх інноваційних, інвестиційних та технологічних підходів у практику роботи оптових підприємств.

Поняття організації торгівлі

Торгівля – привабливий вид діяльності для суб'єктів господарювання. Організація торгівлі та облік торговельних операцій має свої особливості.

Підприємство – це первинне, основна ланка економіки країни. Воно займає провідне місце у вирішенні основних завдань суспільства, а саме: що робити, в якому обсязі, за якою технологією, де реалізувати продукцію, за якою ціною та ін.

У ринковій економіці господарюючі суб'єкти самостійно визначають основні аспекти своєї діяльності, взаємовідносин між партнерами і учасниками,

використовуючи ринкові механізми. При цьому враховується попит споживачів, що виявляються при його вивченні на ринку, ступінь вигідності виробництва і реалізації окремих видів продукції і послуг.

Найважливіша мета сучасного етапу розвитку торгівлі – створення сприятливих умов для ефективної діяльності торговельних підприємств [2]. Досягнення цієї мети передбачається, з одного боку, вдосконалення законодавчої, фінансової, податкової середовища, в якій функціонують торговельні підприємства, а з іншого – вимагає серйозного поліпшення роботи самих підприємств в умовах ринкових відносин.

Підприємство – це юридична особа, яка володіє наступними основними рисами і ознаками.

1. Оперативно-господарська та економічна самостійність у здійсненні своєї діяльності, в укладанні договорів з партнерами, в розпорядженні результатами праці і одержуваного прибутку.

2. Наявність комплексу знарядь і засобів виробництва у вигляді економічних ресурсів, відокремлене майно.

3. Організаційне єдність у вигляді стрункої внутрішньої структури управління і організаційного трудового колективу.

4. Правова майнова відповідальність за свої дії і зобов'язання.

5. Наявність бухгалтерського балансу і рахунків в банку.

Так, торгове підприємство (організація) виконує наступні функції: організовує вивчення попиту і кон'юнктури торгівлі; складає замовлення промисловості на виробництво і поставку товарів; здійснює закупівлю товарів у постачальників; організовує завезення товарів у торгову мережу; організовує роздрібний продаж товарів; визначає потребу в торговельній мережі, вживає заходів до її розширення, реконструкції та раціонального розміщення і спеціалізації; визначає потребу в кадрах і забезпечує кадрами; визначає потребу в обладнанні та матеріалах і забезпечує ними; прогнозує і регулює роздрібний товарообіг; обчислює і забезпечує валовий дохід; прогнозує витрати обігу і витрачання коштів;

планує і забезпечує отримання прибутку, необхідних кредитів, капітальних вкладень; відбирає і поширює прогресивні форми продажу товарів; забезпечує високий рівень культури торгівлі; забезпечує необхідні санітарно-гігієнічні умови зберігання та реалізації товарів; створює комплекс умов, що забезпечують найбільші зручності для покупців; надає додаткові послуги та ін.

На споживчому ринку торгівлі підприємства, реалізуючи товари і послуги, вирішують наступні завдання [2]:

- пливають на склад товарної пропозиції (через систему замовлень, заявок промисловим підприємствам та іншим постачальникам; через закупівлю товарів у постачальників);

- вивчають і задовольняють попит на товари і послуги і тим самим формують особисте споживання;

- зберігають товарні запаси;

- перетворюють промисловий асортимент в торговий шляхом підсортування;

- фасують і пакують частина товарів.

Список використаних джерел:

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 2-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2018. С. 632.
2. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: Навчальний посібник. Київ. Кондор. 2017. С. 368.