

2. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. – М.: Издательство «Экономика», 1991. 239 с.

3. Мескон М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М. : Дело, 1998. 704 с.

Білан Євген

(науковий керівник: канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ Бойчик І.М.)

УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У зв'язку з розвитком ринкових відносин, удосконаленням сучасних форм торгівлі та методів продажу товарів, особливої актуальності набуває комерційно-посередницька діяльність. На різних рівнях влади розробляються комплексні програми, приймаються концепції, затверджуються переліки необхідних заходів і т.д. У цих документах, як правило, вказано на недоліки існуючої нормативно-правової бази функціонування виробничих і торговельних підприємств, декларується необхідність її зміни і доповнення. Однак реальність показує, що ці документи часто так і залишаються деклараціями. Справа в тому, що існуючі нормативні акти не відображають реального стану справ в цій галузі і, тим самим, применшують роль держави у вирішенні завдань насичення роздрібно-торговельної мережі споживчими товарами, необхідними для задоволення платоспроможного попиту, і, як наслідок, не отримують належного розвитку найважливіші структурні ланки торгівлі та її інфраструктура.

Комерційно-посередницька діяльність – це складна оперативно-організаційна система, спрямована на забезпечення завершення процесів купівлі-продажу з урахуванням поточних і перспективних ринкових змін з метою повного задоволення попиту населення й одержання прибутку. Така діяльність дозволяє всім учасникам комерційного обороту посилено взаємодіяти з урахуванням взаємної вигоди на всіх етапах реалізації торгових угод. Саме комерційно-

посередницька діяльність сприяє ефективному розвитку виробництва і впливає на формування його обсягів і перспективних напрямків.

Термін «комерція» в перекладі з латинської «commercium» означає торгівля, торгові операції, торгові обороти. Це послужило приводом до появи комерсантів, осіб, які здійснюють комерційну діяльність, а також таких термінів як комерційний ризик, комерційна таємниця, комерційна таємниця, комерційний кредит, комерційний банк. Комерція – «торг, торгові обороти, купецькі промисли» згідно з визначенням з тлумачного словника В.І. Даля.

Комерційна діяльність передбачає наявність товарно-грошового обміну, в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту. В умовах посилення конкуренції необхідне вдосконалення комерційної діяльності роздрібних торгових підприємств, що мають багатогалузевий характер діяльності та специфіку функціонування на споживчому ринку.

В процесі формування механізму удосконалення комерційної діяльності слід окреслити основні вимоги до нього. Важливіші з них, що стосуються його змісту, структури і функцій, можна сформулювати таким чином:

- механізм удосконалення комерційної діяльності повинен містити набір таких методів, які забезпечували б його адаптивність в умовах динаміки конкурентного середовища;
- за структурою механізм повинен містити в збалансованому вигляді всі вхідні в нього компоненти;
- за функціями – бути прогностичним, тобто містити в собі можливість поновлення кожного з компонентів і їх взаємозв'язку.

В сучасній практиці виробничих і торговельних підприємств удосконалення комерційної діяльності може мати двовекторну спрямованість: як самостійний функціональний напрямок діяльності підприємства, тобто певна диверсифікація діяльності, і розвиток комерційної діяльності як частини виробничо-збутової діяльності підприємства.

Комерційна діяльність, в порівнянні з іншими функціями підприємства, є чи не найбільш важливою, оскільки забезпечує не лише задоволення ринкового попиту на продукцію, довірчі відносини з партнерами, але й досягнення мети діяльності підприємства.

Використані джерела

1. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія. К.: ЦНЛ. 2004. 807 с.
2. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку. URL: <http://www.big-library.com.ua/book/>
3. Комерційна діяльність: підруч. За ред. проф. Алопі В.В. К.: Знання. 2008. 558с.

Буртняк Ірина

(науковий керівник: канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ Бойчик І.М.)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ: СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Вітчизняний ринок, попри свою нестабільність, характеризується високим рівнем конкуренції. На цьому ринку чільне місце належить торгівлі, яка відноситься до сфери послуг і є однією з найбільш «впливових» щодо внеску у формування внутрішнього валового продукту країни. Нині торгівля демонструє одні з найбільших темпів приросту. Частка оптової і роздрібною торгівлі у структурі ВВП країни у 2018 році становила 15,6%, а у 2019 році 16,1%, тобто має місце повільне, але зростання цієї галузі, яка за підсумками минулого року увійшла у ТОП-5 галузей, що впливають на формування вітчизняного ВВП [1].

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі є незаперечною умовою їх виживання на ринку. Якщо розглядати конкурентоспроможність в класичному її розумінні, то ще М. Портер визначав останню як «змагальну здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому