

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах війни в Україні, значного руйнування інфраструктури та економічних зав'язків, високого рівня безробіття, соціальних викликів і загроз особливої актуальності набуває забезпечення ефективного розвитку вітчизняних підприємств. Важливим аспектом такого розвитку є організація комерційної діяльності підприємства, що зумовлює актуальність дослідження напрямків її удосконалення як в практичній, так і в теоретичній площині.

Сутність поняття «комерційна діяльність» визначена в дослідженнях ряду науковців та практиків. Окремі автори характеризують дану дефініцію як послідовне виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [3]. За визначенням Череп А. В., Ортинської О. Л. комерційна діяльність – це ініціативна самостійна діяльність громадян та їхніх об'єднань, спрямована на отримання прибутку. У комерційній діяльності всі аспекти і складники спрямовані на досягнення ефективного товарно-грошового обміну [5]. Таким чином, комерційна діяльність є достатньо ємним поняттям, яке об'єднує виконання чітко визначених етапів товарно-грошового обміну, що забезпечують максимальну ефективність процесу задоволення потреб споживачів.

Мета комерційної діяльності визначена Господарським кодексом України і полягає у збільшенні доходів від продажу за умови задоволення

попиту споживачів [2]. При цьому ринок виступає як система економічних відносин між продавцями і покупцями. Таким чином базові засади організації комерційної діяльності підприємства визначаються станом ринку та ринкової кон'юнктури. Слід зауважити, що отримання прибутку не завжди є основною ціллю комерційної діяльності. Іноді уся комерційна діяльність підприємства або окремі її сегменти можуть бути спрямовані на експансію ринку – утвердження своєї частки, сегменту ринку або домінування на ньому. При цьому підприємство чи корпорація може цілі отримання прибутку відсунути на другий план або взагалі на якийсь час забути про нього. Ми поділяємо думку авторів, які вважають, що поняття комерційної діяльності підприємства виходить за рамки чисто торговельної діяльності і включає також організацію закупівельної діяльності та здійснення оптового і роздрібного продажу [4]. У свою чергу, організація закупівельної діяльності підприємства передбачає дослідження ринку на предмет вивчення попиту та пропозиції на певні групи товарів, встановлення необхідних господарських зав'язків, обґрунтований вибір постачальників та інструментів здійснення закупівель і управління ними.

Щодо здійснення продаж, то це доволі об'ємна і складна сфера діяльності підприємства, яка значною мірою зав'язана на специфіці ринку та пропонованого товару, тенденціях його розвитку, існуючих трендах, особливостях функціонування суб'єкта господарювання, його торговій діяльності (оптова, роздрібна торгівля, збут товару тощо). Організація продажу на рівні підприємства передбачає знову ж дослідження власного ринку збуту, вибір цільового сегменту, пошук власної ніші на ринку чи її створення, формування асортименту та вибір ефективних інструментів управління ним, вибір методів та інструментів управління товарними запасами, а також форм та методів продаж.

Організаційне оформлення усіх названих елементів може передбачати їх інтеграцію в структуру підприємства або передачу окремих функцій іншим

суб'єктам ринку (біржам, торговельним підприємствам, іншим ринковим посередникам). Зауважимо, що комерційна діяльність підприємства значною мірою ґрунтується на принципах сучасного маркетингу, проте поняття комерційної діяльності є значно ширшим від категорії маркетингової діяльності. Працівники комерційних служб підприємства крім інструментів маркетингу повинні володіти логістичним інструментарієм, чітко розуміти основні аспекти галузі та напрямку діяльності суб'єкта господарювання, характеристики ринку, товарного асортименту тощо.

Отже, ефективна організація комерційної діяльності підприємства є важливою складовою його становлення та розвитку, а також необхідною умовою забезпечення життєздатності суб'єкта господарювання. До основних напрямків удосконалення організації комерційної діяльності підприємства, на нашу думку, слід зарахувати чітке визначення окремих бізнес-процесів, що складають комерційну діяльність як важливий напрямок діяльності підприємства, зосередження уваги на кожному процесі з погляду його організації, формування організаційних аспектів реалізації комерційної діяльності залежно від зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства.

Список використаних джерел

1. Воронько-Невіднича Т. В., Кошулько А. В., Карасенко В. М. Особливості управління комерційною діяльністю аграрних підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 6 (11). С. 125-128.
2. Господарський кодекс України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>. (дата звернення: 21.05.2022 р.).
3. Комерційна діяльність : підручник / за ред. проф. В. В. Апопія. К. : Вид-во «Знання», 2008. 558 с.
4. Розумей С. Б., Голь А. О. Сутність та етапи комерційної діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 14. С.498-504.
5. Череп А. В., Ортинська О. Л. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств. *Продуктивні сили і регіональна економіка*. 2008. Ч. 1. С. 198-203.