

Ефективне управління товарооборотом роздрібного торговельного підприємства як інструмент забезпечення економічного розвитку країни

Ткачук С.В.

Національний університет харчових технологій

Вступ

Роздрібне торговельне підприємництво, з'єднуючи виробника та споживача, відіграє важливу роль у задоволенні споживчого попиту, поповненні державного бюджету та забезпеченні економічної безпеки країни. Саме тому раціональному управлінню діяльністю роздрібного торговельного підприємства, зокрема його товарооборотом, повинна бути приділена особлива увага.

Матеріали і методи

Були використані матеріали: наукові статті, підручники, навчальні посібники, електронні ресурси, а також напрацьовані власні матеріали з практичного досвіду підприємств роздрібної торгівлі. Під час написання тез використовувались методи узагальнення, аналізу і синтезу, індукції і дедукції.

Результати

Одним з основних економічних показників господарської діяльності торговельного підприємства є його товарооборот. Як економічна категорія він характеризується наявністю одночасно двох ознак: товару, як об'єкту продажу та продажу як форми руху товару від виробника до споживача. Про важливість роздрібного товарообороту говорить і той факт, що він не лише відображає економічний ефект торговельного підприємства, але є і соціально-економічним показником, який за класифікацією ООН відноситься до показників, що характеризують рівень життя. Це дає можливість зробити висновок, що раціональне управління товарооборотом і, як результат, збільшення обсягів реалізації дасть можливість не лише покращити фінансовий стан торговельних підприємств, але і забезпечити зростання рівня життя населення. Управління товарооборотом повинно включати в себе сукупність взаємопов'язаних методів, підходів і дій, які стосуються як безпосередньо питань, пов'язаних із процесом торгівлі, так і тих аспектів, які зроблять цю торгівлю ефективною. До першої групи питань можна віднести наступні: планування та організація закупівлі товарів, в тому числі із різних джерел; формування оптимального асортименту; раціональне управління товарними запасами; створення ефективної організаційної структури торговельного підприємства, включаючи розподільчі центри тощо. До другої групи питань, які повинні забезпечити ефективність торгівлі, хоча не пов'язані із нею безпосередньо, слід віднести такі: проведення польових та кабінетних маркетингових досліджень, які б допомогли виявити потреби та вподобання спожи-

вачів, а також інші моменти, які потрібно враховувати при плануванні асортименту, обсягів та джерел закупівель; проведення заходів із просування товарів та стимулювання збуту, в тому числі разом із виробниками, включаючи рекламу, дегустації, акції та знижки, співпрацю із мерчендайзерами від виробників тощо. Із перерахованих питань не можна виділити більш чи менш важливих. Щодо першої групи, варто акцентувати увагу на врахуванні певних факторів при плануванні закупівлі товарів, а саме: прогнозованого збільшення попиту сегменту, що обслуговується магазином, еластичності обсягів продажів магазину від доходів населення, орієнтації на підвищення ефективності використання певних видів ресурсів, порівняльних характеристик постачальників, а також можливості торговельного підприємства, які визначаються його сильними та слабкими сторонами. Не можна залишати поза увагою і організаційну структуру торговельного підприємства, зокрема наявності одного або декількох розподільчих центрів. Без останнього діяльність роздрібних торговельних підприємств неможлива в умовах сучасності, адже практично всі вони мають мережеву організацію бізнесу, а оптимальні кількість та розташування розподільчих центрів нададуть можливість організувати роботу ефективно. Варто також пам'ятати, що перша та друга група перерахованих вище питань знаходяться у тісній взаємодії, і без другої групи неможливе ефективне вирішення тих питань, що належать до першої та ефективна торгівля взагалі. Без маркетингових досліджень не можна виявити існуючі вподобання споживачів, резерви незадоволеного попиту та спрогнозувати його зростання у наступних періодах. Без комунікативної політики економічний ефект від торгівлі буде значно нижчим, ніж за умов її раціонального застосування, адже саме ця політика зробить загальну інтенсифікацію комерційних зусиль ефективною.

Висновки

Отже, ефективне управління товарооборотом роздрібного торговельного підприємства передбачає вирішення складної сукупності взаємопов'язаних питань, які як безпосередньо стосуються процесу торгівлі, так і покликані забезпечити досягнення якнайбільшого ефекту від цього процесу. Збільшення товарообороту та раціоналізація його структури дадуть можливість не лише отримати прибутки та поповнити державний бюджет, але й забезпечити населення якісними товарами, підвищити його рівень життя та економічний розвиток країни.

Література:

1. **Донець, Л. І.** Концептуальний підхід до диверсифікації діяльності торговельного підприємства / Л.І. Донець, Г.І. Пруднікова // Торгівля та ринок України : зб. наук. праць. - Донецьк, 2013. - Зб. 35. - С. 73-80.
2. **Краснокутська, Н.С.** Репутаційний потенціал як чинник розвитку торговельних підприємств України / Н.С. Краснокутська // Бізнес-інформ. - 2012. - № 8. - С. 97-100.