

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті досліджено підходи до трактування поняття «комерція». Підкреслено важливість підвищення ефективності управління комерційною діяльністю на підприємстві. Розглянуто шляхи удосконалення системи управління комерційною діяльністю підприємства.

Ключові слова: комерція, комерційна діяльність, удосконалення управління, тощо.

Abstract

The article examines the approaches to the interpretation of the concept of «commerce». The importance of improving the efficiency of business management at the is emphasized. Ways to improve the management system of commercial activity of the enterprise are considered.

Keywords: commerce, commercial activity, management improvement, ets.

Вступ

В умовах розвитку ринкових відносин суттєво підвищується роль комерційної діяльності як основного фактора ефективного господарювання підприємств різних форм власності. Повільне і здебільшого суперечливе реформування економіки, тривалий час економічної кризи, лібералізація економічних відносин, правова невизначеність, посилення конкуренції на ринку споживчих товарів, зумовили виникнення принципово нових умов господарювання, що суттєво послабило економічну стабільність та конкурентоспроможність виробничих підприємств. На даний момент розвитку економіки України, в комерційній діяльності зайнято більша кількість людей і організацій, ніж у виробництві, тому вкрай важливо звернути особливу увагу на управління комерційною діяльністю підприємства, щоб вивести обсяг товарообігу на значення в докризовий період. У даній ситуації важливе значення має удосконалення організації комерційної діяльності, впровадження науково-технічних здобутків, сучасних технологій, вибір найефективніших з них.

Актуальні питання комерційної діяльності підприємства є предметом дослідження багатьох вчених, результати яких відображені у сучасній економічній літературі. Зокрема, йдеться про праці таких науковців, як В. Апопій, Т. І. Бабух, Л. Балабанова, П. Балабан, Г. Башнянин, А. Виноградська, Т. Воронько-Невіднича, А. Германчук, М. Єрмошенко, 4 Н. Криковцева, Ж. Крисько, Л. Ліпич, О. Саблук, І. Сінгаєвський, Ф. Панкратов, С. Розумей, Г. Тарасюк. Л. Филевич, А. Череп, З. Юринець та ін.

Управління комерційною діяльністю на підприємстві, полягає в тому що комерційна діяльність є визначальним фактором успішного функціонування підприємства, потенційні можливості якої, з переходом до ринкової економіки, здобувають усе більшого значення, від рівня організації та управління комерційною діяльністю на підприємстві залежать своєчасне забезпечення виробництва необхідними матеріалами, реалізації продукції та швидкість обігу оборотних коштів підприємства, тобто безперервне виробництво та успішне здійснення господарської діяльності.

Результати дослідження

Незважаючи на значну увагу науковців до комерційного розвитку, і досі існує неоднозначність щодо трактування поняття комерція. Це, в свою чергу, породжує проблеми в дослідженні комерційної діяльності та одноставній інтерпретації результатів досліджень.

Останнім часом термін «комерція» набув великого поширення розповсюдження. Економічний словник дає визначення комерції (від лат. commercium – торгівля) як торговельної, торгово-посередницької діяльності, участі в продажі чи сприяння в продажі товарів та послуг. Мова йде про вільну торгівлю, основу на конкуренції, приватній власності, на ризику, на вільному підприємстві, на індивідуалізмі для отримання прибутків.

Проведений аналіз показав, що зміст основ комерційної діяльності можна визначити через її цілі та напрямки, що відображені на рисунку 1.1 [1]:

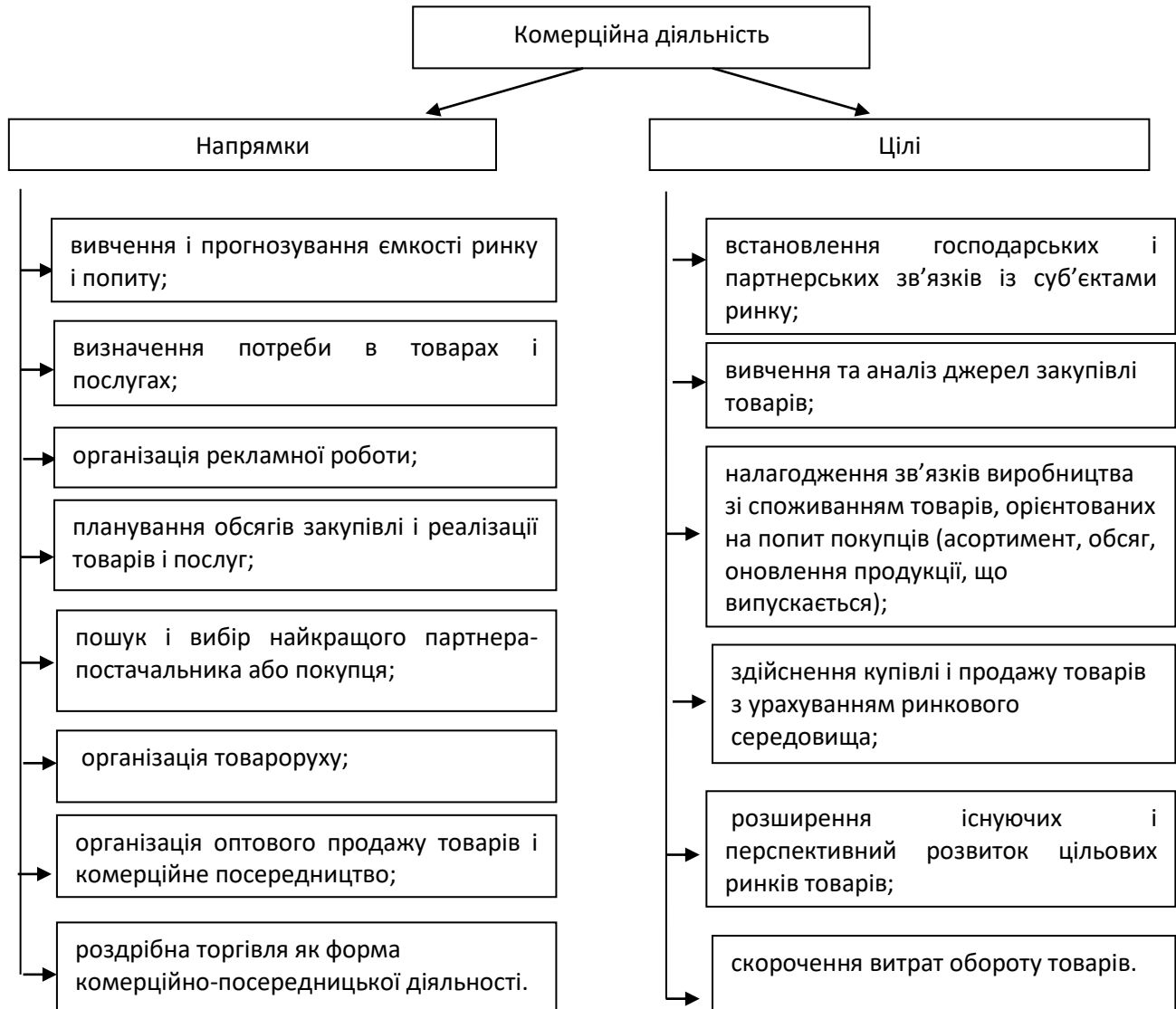


Рисунок 1.1 – Напрямки та цілі здійснення комерційної діяльності

Комерційна діяльність здійснюється у взаємодії трьох визначальних факторів: робочої сили, засобів праці і предметів праці. Використовуючи їх, суб'єкти комерційної діяльності роблять суспільно необхідний продукт - торговельно-виробничі послуги. Це означає, що, з однієї сторони мають місце витрати живої й упередженої праці, з іншого боку - результати. При цьому слід зазначити, що в комерційній діяльності пріоритетну роль відіграє інтелектуальна праця персоналу, не можна адекватно вагомо оцінити і виділити сукупного результату діяльності підприємства.

Саме цей фактор зменшує значення торгівлі, як основної сфери комерційної діяльності, у процесі суспільного відтворення.

Співвідношення результатів комерційної діяльності з використаними для цього засобами виробництва і робочої сили протягом визначеного проміжку часу називається ефективністю комерційної діяльності.

Процес формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності зображено на рис.



Рисунок 1.2 - Процес формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності

Основними показниками ефективності комерційної діяльності підприємства є прибуток і рентабельність [2].

Ціль комерційної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки — отримання максимального прибутку. Прибуток є грошовим вираженням вартості додаткового продукту, створеного продуктивною працею працівників торгівлі, що зайняті впровадженням процесу виробництва в сфері товарного обігу, а також частини додаткового продукту, створеного працівниками інших галузей народного господарства (промисловості, сільського господарства, транспорту і т.д.), що направляються в торгівлю через механізм цін, на товари, тарифи, торговельні надбавки як плата за реалізацію товарів (продукції і послуг).

Умови зростання прибутку від комерційної діяльності:

- 1) розширення асортименту товарів;
- 2) упровадження принципово нових технологій комерційного характеру з метою збільшення обсягу продажів товарів, що користуються підвищеним попитом;
- 3) відсутність страху перед комерційним ризиком;
- 4) доцільний розподіл засобів, одержуваних від економії витрат.

Рентабельність є одним з найважливіших показників господарської діяльності підприємства, тому при аналізі поряд з показниками рентабельності використовується їхня динаміка.

За допомогою системи показників ефективності комерційної діяльності можна визначити конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість власного підприємства чи інших фірм, правильно приймати комерційні рішення, дати оцінку результатів роботи за певний період часу та позицій на ринку. Пошук і використання резервів у комерційній діяльності є неодмінною умовою підвищення конкурентоспроможності, досягнення стабільності та укріплення позицій на ринку.

Управління комерційною діяльністю повинно бути неперервним, цілеспрямованим, систематичним для досягнення стабільності та перспективного розвитку підприємства.

Слід зазначити, що впровадження системи тотального управління якістю товарів, яка забезпечить більш ефективне та раціональне не тільки управління якістю, а й підприємством взагалі, підвищення ступеня задоволення клієнтів, посилення іміджу та репутації фірми, збільшення чисельності клієнтів та зацікавленості інвесторів.

Для підвищення продуктивності праці та зменшення плинності кадрів необхідно:

- розробка системи навчання персоналу, що включає в себе створення плану підготовки необхідних спеціалістів, вибір форми підвищення кваліфікації, що дозволить підвищити продуктивність праці, якість продукції, можливість використання інноваційних методів виробництва, підвищення інтелектуальної праці, створення нових ідей, підвищення конкурентоспроможності.
- налагодження системи зворотного зв'язку - забезпечить збереження ціннісних стосунків і прихильності працівників, дасть змогу працівникам висловити власну думку чи проявити ініціативність, позитивно вплине на творчу активність працівників та підвищить трудовий потенціал підприємства
- преміювання співробітників в залежності від продуктивності праці чи збільшенням загального прибутку підприємства (нормативна регламентація відсоткових відрахувань) - забезпечить мотивацію працівників підвищити рівень власної продуктивності праці, а також дасть змогу зменшити витрати на виплати тим хто не бажає підвищувати власну продуктивність праці.

- формування ефективної системи ротації кадрів - забезпечить стабілізацію руху кадрів, забезпечить впевненість працівників у майбутньому та можливості кар'єрного росту, що призведе до підвищення ефективності праці робітників.

Також, підприємству необхідно модернізація технологічного оснащення та автоматизація виробничого процесу, що показав аналіз майнового стану та аналіз організаційно технічного та технологічного рівня виробництва. Це підвищить обсяги виробітку продукції та якість товарів, що в свою чергу підвищить обсяги продажів.

Висновки

Таким чином, забезпечення ефективної комерційної діяльності підприємств є важливим завданням підвищення темпів розвитку вітчизняної економіки. Для підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств, враховуючи особливості ведення такої діяльності в сучасних умовах господарювання, необхідно застосовувати клієнтоорієнтований маркетинговий підхід до розробки стратегії комерційної діяльності, оскільки загальна ефективність діяльності таких підприємств залежить, передусім, від задоволеності клієнтів товарним асортиментом, комплексом супутніх послуг та методів ціноутворення оптовика. Застосування конкурентоорієнтованого підходу можливо у якості додаткового для використання найбільш ефективного досвіду поведінки підприємств-конкурентів по відношенню до своїх споживачів, але у межах свого цільового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський В. О. Виробниче та комерційне підприємництво: навчальний посібник. / В. О. Козловський, О.Й. Лесько – Вінниця: ВНТУ, 2018. – 154 с.
2. Козловський В. О. Бізнес-планування: навч. посіб. / В. О. Козловський, О.Й. Лесько – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 189 с.
3. Козловський В. О. Основи підприємництва: навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] –Вінниця: ВНТУ, 2017. – 119 с.
4. Козловський В. О. Основи підприємництва: навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] –Вінниця: ВНТУ, 2017. – 116 с.

Лесько Олександр Йосипович – канд. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lesko@vntu.edu.ua.

Костіна Таїсія Євгенівна – магістр групи МПОУ-20мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Lesko Oleksandr – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Kostina T. E. – master, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.