

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі здійснено аналіз теоретичних основ виробничо-комерційної діяльності сучасного підприємства. Сформована модель управління виробничо-комерційною діяльністю на сонові виділення трьох структурних блоків. Виокремлено основні сутнісні ознаки та компоненти ефективної моделі управління бізнес-процесами підприємства.

Ключові слова: виробничо-комерційна діяльність, підприємство, модель управління, бізнес-процес, структурні компоненти

Abstract

The paper analyzes the theoretical foundations of the production and commercial activities of a modern enterprise. A model of production and commercial activities management is formed on the basis of three structural blocks. The main essential features and components of an effective model of business process management of an enterprise are identified.

Keywords: production and commercial activity, enterprise, management model, business process, structural components

Вступ

Аналіз сучасних форм виробничої підприємницької діяльності в Україні свідчить, що переважна більшість промислових підприємств, незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, здійснює комерційну діяльність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Розвиток партнерських ділових відносин зумовлює активізацію комерційної діяльності всіх суб'єктів господарювання, що функціонують у ринковому середовищі.

Поглиблення інтеграційних процесів сприяє перетворенню господарських систем у технологічно та економічно взаємопов'язані комплекси, які формують цілісну структуру, відкриту для впровадження чинників підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємств. До таких чинників належать умови, що забезпечують стабільний взаємозв'язок між виробництвом необхідних обсягів сировини, її якісною переробкою, а також економічно обґрунтованим доведенням готової продукції до кінцевих споживачів.

Повноцінна реалізація комерційної діяльності підприємствами можлива лише за умов функціонування вільного ринку та наявності конкурентного середовища. За таких обставин виробничі підприємства несуть повну відповідальність за якість виробленої продукції, результати її реалізації та ефективність збутової діяльності.

Метою роботи є формування ефективної моделі управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства, а також визначення його змістовних характеристик у сучасних швидкозмінних умовах цифровізації економіки.

Результати дослідження

У результаті теоретичного аналізу сформульовано визначення комерційної діяльності виробничої організації як сукупності взаємопов'язаних процесів господарської діяльності, що перебувають у тісному логічному взаємозв'язку та мають бути організовані в системі управління підприємством відповідно до цієї взаємозалежності. Специфіка комерційних процесів полягає у їхньому змісті, оскільки вони представляють собою впорядковану послідовність дій – комунікативних, юридичних і фізичних – спрямованих на взаємодію із зовнішніми контрагентами на ринках матеріалів, сировини, обладнання, а також на ринку готової продукції.

Аналізуючи роль і місце управління комерційною діяльністю у структурі менеджменту підприємства, доцільно більш детально розглянути функції управління виробничо-комерційною діяльністю на рівні організації. Зазначені функції доцільно систематизувати у три основні блоки: функції управління матеріальним забезпеченням; функції управління структурою товарообігу підприємства; функції управління збутовою комерційною діяльністю [1].

Блок 1. Управління матеріальним забезпеченням виробництва ґрунтується на дослідженні ринку матеріальних ресурсів та передбачає встановлення прямих господарських зв'язків із постачальниками сировини й обладнання. До його складових також належать управління запасами відповідно до виробничих планів і здійснення оперативної діяльності з матеріально-технічного забезпечення виробництва.

Блок 2. Управління структурою товарообігу підприємства реалізується через формування належної якості продукції з урахуванням кон'юнктури ринку. Сукупність споживчих і комерційних характеристик товару визначається на основі результатів маркетингових досліджень. На обсяги товарообігу також впливають структура збутової мережі, рекламна діяльність та конкурентоспроможність суб'єктів реалізації. Управління товарообігом здійснюється шляхом регулювання цінової політики та збільшення частки продукції з нижчим рівнем витрат у загальному обсязі продажів, що сприяє підвищенню ефективності реалізації товарного асортименту.

Блок 3. Управління збутовою комерційною діяльністю спрямоване на формування ефективних каналів розподілу продукції та вибір оптимальних форм її реалізації. Активізація збутової діяльності підприємства розглядається як ключовий механізм повернення інвестованих у виробництво коштів і отримання прибутку. У цьому контексті мета комерційної політики полягає, по-перше, у виявленні попиту на продукцію; по-друге, у виборі найбільш ефективних каналів товаропросування для оперативного доведення продукції до кінцевого споживача; по-третє, у створенні максимально сприятливих умов і зручностей для швидкої реалізації товарів.



Рис. 1. Модель управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства
(сформовано авторами)

Стратегічне становище підприємства доцільно оцінювати на основі системи кількісних і якісних показників, серед яких: абсолютні та відносні масштаби діяльності підприємства, темпи зростання обсягів реалізації, величина чистого доходу, частка ринку, конкурентна позиція, рівень порівняльної рентабельності, технологічний рівень виробництва, імідж підприємства, ефективність управлінського персоналу та кадрового потенціалу, особливості ціноутворення, структура конкурентного середовища, соціальна роль підприємства, вплив на навколишнє середовище, наявні правові обмеження та рівень задоволеності споживачів продукцією підприємства [2-3].

Важливим напрямом підвищення ефективності функціонування підприємства є застосування процесного підходу до управління його ключовими сферами, зокрема виробничо-комерційною діяльністю. Використання такого підходу забезпечує узгодженість функціонування елементів системи управління та сприяє досягненню стратегічних результатів. Водночас ефективність системи управління знижується за умов відсутності належних взаємозв'язків між її складовими, переважання ситуативного управління та виникнення організаційного опору під час упровадження нових управлінських механізмів.

У процесі побудови моделей управління бізнес-процесами дослідники, як правило, виокремлюють такі компоненти: функціональні елементи процесів, функціональні складові діяльності, етапи розвитку процесів та елементи організаційної структури підприємства. Модель системи управління повинна відображати ключові властивості досліджуваної системи відповідно до цілей дослідження та розкривати елементи операційного рівня, що забезпечують досягнення результатів господарської діяльності. До таких елементів належать операції, спрямовані на посилення мотиваційної складової системи управління виробничо-комерційною діяльністю [4].

З огляду на це до моделі системи управління виробничо-комерційною діяльністю доцільно включити такі операції: визначення значущості окремих елементів процесів та рівня управління ними; встановлення їхнього внеску у досягнення цільових результатів господарської діяльності; автоматизований розрахунок відрядних розцінок за виконання операцій і управління відповідними елементами процесів.

ВИСНОВКИ

Запропонована модель операційного управління процесами комерційної діяльності відображає практичні аспекти реалізації мотиваційної функції через структуризацію процесів виробничо-комерційної діяльності. За таких умов стимулювання працівників комерційних підрозділів здійснюється шляхом встановлення прямої залежності рівня їхньої оплати праці від досягнутих результатів господарської діяльності підприємства.

Таким чином, формування оптимальних умов забезпечення комерційного успіху виробничо-комерційних підприємств передбачає застосування комплексу взаємопов'язаних технічних, організаційних та економічних інструментів і методів, які реалізуються у процесі виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Розумей С. Б. Сутність та етапи комерційної діяльності підприємства / С. Б. Розумей, А. О. Голь // Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 14. С. 498-504.
2. Бабух І. Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею / І. Б. Бабух // Науковий вісник УНУ. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 (1). С. 23-26.
3. Гусаковська Т. О. Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства / Т. О. Гусаковська, Ю. О. Клочко, Н. Г. Сікетіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2015. № 1(2). С. 106-111.
4. Зарічна О. Теоретичні аспекти діяльності комерційних підприємств / О. Зарічна, Я. Голубка, М. Молнар // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Мукачево : Карпатська вежа, 2015. №19 (14). С. 250-255.

Манжула Дарія Русланівна – студентка гр. МВКД-22б, кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Небава Микола Іванович – кандидат економічних наук, професор кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nebava@vntu.edu.ua.

Manzhula Dariya Ruslanivna – student of group MVKD-22b, Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Nebava Mukola Ivanovych – candidate of economic sciences, professor of the Department of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: nebava@vntu.edu.ua.