

Віталій ЖАХАЛОВ

здобувач освітньо-професійної програми «Менеджмент», ЗУНУ
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Інна ЧИКАЛО

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне функціонування підприємств неможливе без управління комерційною діяльністю умовах розвитку конкурентного середовища, появи нових управлінських технологій, орієнтованих на задоволення потреб ринку, активізації підприємницької діяльності.

Слово комерція походить від латинського слова «commercium» і означає «торгівля» [1]. Термін «комерційна діяльність» з'явився в Україні одночасно із терміном «ринок», оскільки саме ринкова економіка забезпечує розвиток усіх комерційних процесів та комерційних відносин. На сьогодні в економічній літературі немає єдиного визначення дефініції «комерційна діяльність». Так, одні автори ототожнюють комерційну діяльність із підприємницькою діяльністю, інші розмежовують ці поняття, вважаючи, що комерційна діяльність є ширшим поняттям, ніж підприємницька або ж навпаки. Так, зокрема, Беляєвський І. трактує комерційну діяльність із «діяльність із купівлі-продажу та зберігання товарів із метою задоволення споживчого попиту й отримання прибутку» [2], Виноградська А. розглядає під комерційною діяльністю «господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері виробництва і товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і продуктів масового споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг» [1], Череп А. визначає як «ініціативна самостійна діяльність громадян та їхніх об'єднань, спрямована на отримання прибутку» [3], Болт Г. розглядає комерційну діяльність як вміння й мистецтво добре купити і ще краще продати для власної користі та користі споживача з урахуванням перспективи, своєчасне й гнучке реагування на зміну кон'юнктури [4].

Узагальнюючи наведені вище визначення можна стверджувати, що комерційна діяльність підприємства – це діяльність щодо закупівлі товарно-матеріальних ресурсів з метою забезпечення торгового процесу і збуту продукції для забезпечення максимізації прибутку. Ця діяльність охоплює як процеси купівлі-продажу товару, так і сукупність оперативно-організаційних і господарських дій підприємця, які передували здійсненню цього акту, та охоплювали комплекс заходів щодо вивчення попиту і пропозиції товарів, факторів впливу, налагодження раціональних господарських зв'язків із основними стейкхолдерами, логістичні та збутові заходи.

У свою чергу, управління комерційною діяльністю підприємств є сукупністю комерційних процесів, операцій та дій з урахуванням організаційного та економічного забезпечення на основі використання сучасних управлінських підходів. До таких підходів варто віднести, в першу чергу, науковий підхід, що ґрунтується на положеннях теорії пізнання, економічних законах розвитку, використанні досягнень науково-технічного прогресу та новітніх методів економічних досліджень, процесного, системного, мотиваційних і стратегічних підходів.

Зміст управління комерційною діяльністю розкривається через систему цілей, до яких фахівці [3;5] відносять:

- по-перше, встановлення господарських і партнерських зв'язків з суб'єктами ринку;
- по-друге, вивчення і аналіз джерел закупівлі товарів;
- по-третє, узгодження зв'язку виробництва із споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців та безпосереднє здійснення купівлі і продажу товарів з урахуванням ринкового середовища;
- по-четверте, розширення існуючих та забезпечення перспективного розвитку цільових ринків товарів та забезпечення скорочення витрат обігу товарів.

Для забезпечення ефективного управління комерційною діяльністю, вбачаємо за необхідне, розгляд комерційної діяльності як сукупності комплексу взаємопов'язаних процесів; зосередження уваги на кожному окремо взятому процесі, врахування факторів зовнішнього середовища при формуванні технологій реалізації складових процесу.

Список використаних джерел:

1. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : [моногр.] К. : Центр навч. л-ри, 2004. 807 с.
2. Беляевский И. К. Основы коммерции. М., 2005. 129 с
3. Череп А.В., Ортинська О.Л. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств. *Продуктивні сили і регіональна економіка*. 2008. Ч. 1. С. 198–203
4. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. М., 2000. 268 с.
5. Воронько-Невіднича Т.В., Кошулько А.В. Особливості управління комерційною діяльністю аграрних підприємств. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 6(11) 2018. С.130-134