

4. Качан С.П. Управління трудовими ресурсами : навч. посібн. / С.П. Качан, Д.Г. Шушпанов. – К. : Вид. дім "Юридична книга", 2005. – 358 с.

5. Измалков С. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измалков, К. Сонин, М. Юджевич // Вопросы экономики : теорет. и научно-практ. журнал. – 2008. – № 1. – С. 4-6.

Шутикова Л.В. Развитие концептуальных подходов к управлению трудовыми ресурсами с целью повышения производительности предприятия

Рассмотрены подходы по разработке эффективной системы управления человеческими ресурсами с целью достижения экономических и социальных целей предприятия. Проанализированы сущность отношений занятости, процесса управления и их взаимосвязь с элементами системы управления. Доказана необходимость построения блок-схемы процесса формирования системы управления. Рассмотрена значимость и обоснована необходимость формирования и постоянного развития эффективного механизма управления трудовыми ресурсами предприятий для дальнейшего повышения производительности и результативности их деятельности.

Ключевые слова: система управления, трудовые ресурсы предприятия, эффективное управление, занятость, механизм управления, развитие.

Shytikova L.V. The Development of Conceptual Approaches to Human Resource Management in Order to Increase Productivity of the Enterprise

Some approaches to the development of effective human resource management at the enterprise in order to achieve economic and social goals of the enterprise are reviewed. The essence of the employment relationship, process of management and their interrelationship with the elements in managerial system are analysed. The necessity of constructing of a flowchart of formation process of management system is proved. The importance and necessity of permanent formation and effective mechanism for workforce management of businesses to further enhance of the productivity and effectiveness of their activities are proved.

Keywords: system management, human resources of the enterprise, good governance, employment, management mechanism, development.

УДК 339.15: 658

*Доц. З.В. Юринець, канд. екон. наук –
Львівський НУ ім. Івана Франка*

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Досліджено теоретичні основи комерційної діяльності та розроблено практичні рекомендації з метою вдосконалення управління та підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Виявлено структурно-функціональні характеристики комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Подано особливості комерції та комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі у взаємозв'язку із загальними принципами господарської діяльності та обставинами, що виникають у процесі змін, проведених у торгівлі та комерції.

Ключові слова: підприємства роздрібною торгівлі, комерція, комерційна діяльність, функції, принципи, напрямки, особливості.

Постановка проблеми. Сьогодні в економічних і політичних кризових умовах формування ринкових відносин в Україні, для яких характерні нестабільність і змінність зовнішнього оточення, зростання насиченості ринку та посилення конкуренції між товаровиробниками, рівень та якість комерційної роботи постають одними з найважливіших чинників ефективного функціонування підприємств роздрібною торгівлі на ринку товарів і послуг. Водночас особливо значення набуває потреба підсилення ринкової орієнтації торгових під-

приємств, що передбачає не лише вдосконалення окремих елементів сформованої системи комерційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Видатні вчені та філософи впродовж багатьох століть досліджували питання зародження та розвитку торгівлі й обміну. Значний внесок у вивчення особливостей торгівлі здійснили видатні вчені А.А. Мазаракі, В.С. Марцин, А.М. Виноградська [2], зокрема дослідження комерційної діяльності належить О.В. Борисовій [1], Б.З. Воробйову, І. Тюсі [4] Комерційну діяльність у міжнародному масштабі досліджували З.І. Боярська, І.Н. Герчикова, І.І. Дахно, крізь призму маркетингу – Л.В. Балабанова, І.М. Грищенко [3], логістики – В.А. Фесюк [5], Н.І. Гончаренко, М.Р. Кириченко, фінансового менеджменту – В.В. Оліярник та ін. У сучасних умовах розвитку економіки та інтенсифікації інтегрованості України до міжнародної спільноти, середовищі посилення конкуренції та глобалізації нові властивості отримують взаємини між виробником і споживачем, які реалізуються через торгівлю. Тому і на сьогодні актуальними залишаються питання дослідження проблем особливостей комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Мета роботи – розкрити та узагальнити теоретико-методологічні основи комерційної діяльності підприємства роздрібною торгівлі з метою вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємств.

Виклад основного матеріалу. Комерційна діяльність роздрібною торговельного підприємства пов'язана з повсякденним життям людини, задоволенням потреб її у товарах і послугах. Про успіх соціальних та економічних реформ свідчить робота роздрібних підприємств, рівень розвитку торгівлі, галузі. У торгівлі виявляються інтереси суспільства, кожної сім'ї чи конкретної людини. Ця галузь впливає на організацію побуту населення і на рівень зайнятості жінки у сім'ї, наявність позаробочого чи вільного часу, в кінцевому підсумку – на збереження здоров'я людей. Торгівля поєднує людей із процесом задоволення попиту, сприяє реальному розподілу матеріальних благ у суспільстві. Незадовільне функціонування торгових підприємств підриває принципи соціальної справедливості населення, порушуючи процес розподілу.

На сучасному етапі комерційна робота має сприяти розширенню сфери зовнішньоекономічної діяльності з використанням різноманітних форм економіко-фінансових зв'язків (бартер, кліринг, розрахунки у вільно конвертованій валюті тощо) і нових форм (віртуальне підприємництво тощо). Для виконання цих завдань комерційним працівникам необхідно добре знати свій економічний район та його природні ресурси, реально оцінювати стан промисловості, сільськогосподарства, виробничі можливості та асортимент виробів тощо. Категорію комерції розглядають з позицій підприємця, бізнесмена, економіста, фінансиста тощо. Разом з тим формуюче положення займають наука, практика, рівень розвитку ринків, сфера комерції тощо.

Основи комерційної діяльності можна об'єднати в основні напрямки проведення цього виду діяльності, функції, види ефектів, принципи досягнення цілей, поставлених у комерційній діяльності порівняно зі загальними принципами господарської діяльності підприємства роздрібною торгівлі (табл. 1, 2).

Табл. 1. Структурно-функціональні характеристики проведення комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі

№	Напрямки проведення комерційної діяльності	Функції комерційної діяльності	Цілі комерційної діяльності	Принципи комерційної діяльності	Види ефектів комерційної діяльності
1	Закупівля матеріально-технічних ресурсів підприємствами і товарів оптово-посередницькими та іншими торговими підприємствами	Організація господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку	Встановлення господарських і партнерських зв'язків з суб'єктами ринку	Економічна свобода	Економічний – відображає різні вартісні показники, які характеризують проміжні і кінцеві результати діяльності комерційної фірми
2	Планування асортименту та збуту продукції на підприємствах	Вивчення й аналіз джерел закупівлі продукції	Вивчення і аналіз джерел закупівлі товарів	Конкурен-тоспромож-ність	Соціальний – зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць, рівня зайнятості, економії витрат часу на здійснення торговельного обслуговування тощо
3	Організація збуту продукції підприємствами-виробниками	Розширення сфери цільових ринків (сегментів)	Розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів	Адаптова-ність	Локальний – конкретний результат торгово-господарської діяльності комерційної фірми
4	Вибір найкращого партнера в комерційній діяльності	Здійснення купівлі-продажу з урахуванням потреби ринку і купівельної спроможності	Здійснення купівлі і продажу товарів з урахуванням ринкового середовища	Ризикова-ність	Народногосподарський – спільний ефект від діяльності у сфері обігу, виробництва і споживання або галузевий ефект, пов'язаний з позитивними наслідками діяльності суб'єктів комерційної діяльності
5	Організація оптового продажу товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках та комерційне посередництво	Забезпечення зв'язку виробництва зі споживанням продукції, орієнтованих на купівельний попит щодо асортименту, обсягу і відновлення продукції	Узгодження зв'язку виробництва із споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців	Ефектив-ність	Стратегіч-ність
6	Роздрібна торгівля як форма комерційно-посередницької діяльності	Скорочення витрат обігу товарів	Скорочення витрат обігу товарів	Стратегіч-ність	

Примітка: розроблено на основі [2, с. 45-56; 4; 5, с. 34-47].

Вивчення проблем економіки підприємства роздрібною торгівлі, пізнання його особливостей дає змогу з'ясувати характерні риси функціонування підприємства у системі ринкових відносин, дає відповіді на питання побудови загальних принципів господарської діяльності, орієнтації в ринковому середовищі, знаходження способів найефективнішого використання ресурсного потенціалу фірми. У разі визначення ефективності комерційної діяльності підприємств варто застосовувати системний підхід, що дає змогу провести комплексний аналіз господарської діяльності. Для проведення економічного аналізу доцільно обирати критерій ефективності, який постає головною ознакою та відрізняє його від інших класифікаційних одиниць.

Табл. 2. Особливості комерції та комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі

№	Особливості комерційної діяльності	Загальні принципи господарської діяльності	Особливості комерції	Функції торгівлі	Обставини, що виникали у процесі змін, проведених у торгівлі та комерції
1	Гнучкість комерції, її спрямованість на врахування мінливих вимог ринку	Самостійність господарювання – винесення рішень про виробничу програму, вид діяльності, ціни, вибір ринків збуту і постачальників т. ін.	Пронизування комерційними діями просування продукції до споживача, знижуючи витрати обігу й одержання прибутку від продажу	Комуні-каційна	Економічні зміни, що відбуваються
2	Тісний зв'язок комерції з принципами маркетингу;	Самофінансування	Діє принцип саморегулювання – визначальна роль діє економічними і розпорядничими методами	Компен-саційна	Особливості економічних і політичних криз
3	Вміння передбачати комерційні ризики	Економічна відповідальність	Самозабезпеченість – вибір способів, спрямованих на розвиток господарської діяльності конкретного ринку	Розпо-дільча	Менталітет і купівельне поведіння населення
4	Здатність бачити пріоритети; прояв особистої ініціативи	Комерційний розрахунок, порівняння витрат на підприємницьку діяльність та її результативність	Виступає сполучною ланкою із суб'єктами господарювання	Форму-вання ціни	Усі елементи макро- і мікросередовища мають працювати як єдиний злагоджений механізм
5	Висока відповідальність за виконання прийнятих зобов'язань щодо торговельних угод	Самоуправління – участь членів колективу в схваленні рішень щодо виробництва, науково-технічної та інвестиційної політики, участі в розподілі прибутку тощо	Практичні завдання визначаються комерційними справами, обміном, купівлею-продажем, веденням комерційних операцій щодо просування продукції по каналах реалізації	Стабілі-заційна та інтеграційна	Ринкові перетворення треба проводити через взаємозв'язок з економічними процесами і ринковими принципами, що затвердилися у світовій практиці
6	Спрямованість на досягнення кінцевого результату – прибутку	Регуляторами комерції є ринкове середовище і кон'юнктура ринку	Прогнозування	Прогнозування	Виділення базису, фундаменту комерційної діяльності

Примітка: розроблено на основі [1; 2, с. 45-56; 3].

Порівняльну характеристику зарубіжних і вітчизняних підприємств у процесі ведення комерційної діяльності наведено у табл. 3.

У нових умовах господарювання комерційну діяльність розглядають як визначальну основу торгового підприємства. Одночасно підсилюється увага до функцій і структури управління комерційною діяльністю підприємства. Система управління має доволі динамічний характер, спрямований на адаптацію структури комерційної діяльності до особливостей і тенденцій розвитку ринку.

Табл. 3. Порівняльна характеристика зарубіжних та вітчизняних підприємств у процесі ведення комерційної діяльності

№	Зарубіжні компанії	Українські підприємства
1	Комерційні підприємства поєднують функції виробництва і збуту продукції в єдиний комплекс по найбільш раціональній і ефективній формі здійснення господарської діяльності	Нові комерційні підприємства на споживчому ринку виконують тільки збутові чи посередницькі функції
2	Операції комерційного обслуговування і збуту, хоча і тісно пов'язані, але функціонально представлені різними структурними одиницями	Поєднують збутові та комерційні функції в єдиній системі
3	Комерційні служби – єдиний комплекс з організаційною структурою керуючої і керованих підсистем, зв'язаних зі спільним вирішенням стратегічних і тактичних завдань	Вітчизняні комерційні служби – це сукупність основних відділів, кожний з яких вирішує спектр властивих їм завдань

Умовою цілеспрямованості комерційної діяльності є стратегія. Сьогодні менеджери мають усвідомити, що важливим атрибутом успішної комерційної діяльності має стати розроблення стратегії розвитку підприємства на ринку в єдності та взаємодії складових, що забезпечують конкурентоспроможність продукції чи послуг фірми, її стабільне становище, можливості не лише функціонування (те, що відбувається у сучасній українській економіці), а й подальшого динамічного зростання. Стратегія розвитку залежить від чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, вимог ринку на поточний і перспективний періоди. Реалізація стратегічних цілей проводиться завдяки організаційно-економічному, технічному, фінансовому, інформаційно-аналітичному забезпеченню. Стратегія не залишається незмінною, вона піддається коректуванню, виходячи з мінливих кількісних та якісних показників зовнішнього і внутрішнього середовища, а також постійно виникаючих нових вимог ринку.

Варто навести такі основні шляхи підвищення ефективності управління комерційною діяльністю торговельного підприємства у сучасних умовах: постійне вивчення ринку, торговельної кон'юнктури, прогнозування попиту на товари; впровадження інноваційних методів управління, зокрема маркетингу; вивчення і пошук можливих джерел закупівлі товарів; використання власних можливостей або створення додаткових джерел для поновлення товарних ресурсів; здійснення товарообмінних операцій; організація закупівельної роботи з підприємствами різних форм власності; взаємодія із науковими організаціями з метою торгівлі продуктами інтелектуальної діяльності, ноу-хау, предметами лізингу тощо; проведення політики тактичного ціноутворення, яке залежить від попиту та пропозиції товарів; запровадження нових методів проведення рекламних заходів; застосування прогресивних форм продажу товарів; сервісне обслуговування покупців; використання кредитних ресурсів для розширення комерційної діяльності, удосконалення автоматизації управління тощо.

Висновки. Потенційні можливості комерційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі в умовах сучасної конкурентної ринкової економіки набувають дедалі більшого значення. Незважаючи на напрацьоване теоретичне та практичне підґрунтя, доволі багато питань механізму практичного використання комерції та застосування комерційної діяльності на споживчому ринку мене-

джерерами торгівлі доводиться вирішувати інтуїтивно. За своїм призначенням комерційна діяльність має базуватися на українській моделі формування ринку і нестабільних ринкових відносин, із врахуванням вітчизняної ментальності та новітніх здобутків світового досвіду і знань. Важливо розуміти, що комерційна діяльність не обмежується заданими межами, а в міру просування до ринку буде неодмінно розширюватися, модифікуватись і розвиватись. Тому сучасні умови господарювання, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби, мінливістю зовнішнього середовища, зростанням вимог споживачів до якості товарів і обслуговування, вимагають від підприємств роздрібною торгівлі пошуку нових механізмів планування та управління комерційною діяльністю, вироблення стратегії розвитку, що забезпечить торговельним підприємствам довготермінову міцну позицію на ринку.

Література

1. Борисова О.В. Теоретическое обоснование коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов региона / О.В. Борисова. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.elib.altstu.ru>.
2. Виноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства / А.М. Виноградська. – К. : Вид-во КНТЕУ. – 2005. – 278 с.
3. Грищенко І.М. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі / І.М. Грищенко // Актуальні проблеми економіки : наук. екон. журнал. – 2007. – № 3(69). – С. 103-109.
4. Тюха І.В. Ефективність комерційної діяльності підприємств харчової промисловості – суб'єктів ЗЕД / І.В. Тюха // Ефективна економіка : зб. наук. праць. – 2012. – № 8. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.economy.nayka.com.ua>.
5. Фесюк В.А. Товаропостачання торговельних підприємств : навч. посібн. / В.А. Фесюк, Н.І. Гончаренко, М.Р. Кириченко. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2003. – 158 с.

Юринец З.В. Коммерческая деятельность предприятий розничной торговли

Исследованы теоретические основы коммерческой деятельности и разработаны практические рекомендации с целью совершенствования управления и повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Выявлены структурно-функциональные характеристики коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Представлены особенности коммерции и коммерческой деятельности предприятий розничной торговли во взаимосвязи с общими принципами хозяйственной деятельности и обстоятельствами, возникающими в процессе изменений, проведенных в торговле и коммерции.

Ключевые слова: предприятия розничной торговли, коммерция, коммерческая деятельность, функции, принципы, направления, особенности.

Yurynets Z.V. Commercial Activity of Retail Trade Enterprises

The study of theoretical bases of commercial activity and development of practical recommendations in relation to improving management, increasing commercial activity and efficiency of enterprises of retail trade, is conducted. Functions, principles and directions of commercial activity of retail trade enterprises are identified. Some features of trade and commercial activity of retail trade enterprises in interrelation with the general principles of economic activity and the circumstances that arose in the process of change in trade and commerce are found.

Keywords: the enterprises of retail trade, commerce, commercial activity, functions, principles, directions, features.