

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пугачевська Катерина Йосипівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління
економічними процесами
Мукачівський державний університет, м.Мукачево

Внутрішня торгівля є однією з важливих галузей національної економіки, що забезпечує підтримку вітчизняних товаровиробників, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, забезпечує наповнення бюджету країни, підтримує збалансованість виробництва й споживання, формує частку валової доданої вартості країни, забезпечує економічно активне населення робочими місцями. В умовах євроінтеграційних прагнень України торговельна діяльність залишається однією із ключових галузей національної економіки, а обґрунтоване управління комерційною діяльністю торговельного підприємства надає можливості стабільного отримання прибутків.

Розвиток роздрібної торгівлі України є складним і динамічним процесом, що відбувається нині в умовах трансформаційних перетворень, зумовлених факторами правового, соціального, політичного та економічного характеру [1, с. 37]. Волатильність вище наведених факторів відображається на тенденціях розвитку ринкового середовища торговельних підприємств і потребує імплементації адекватних викликам ринку підходів до управління комерційною діяльністю.

Комерційні процеси у торговельних підприємств формуються не лише на рівні внутрішньомережевих зв'язків, але і охоплюють взаємодію з постачальниками і покупцями. Відтак, на основі досліджуваного споживчого попиту формується асортимент продукції, налагоджуються господарські зв'язки, укладаються контракти з постачальниками продукції, організовується процес купівлі-продажу та обслуговування покупців, забезпечується рекламно-інформаційна підтримка бізнесу з метою досягнення стабільних конкурентних позицій підприємства на ринку.

Суб'єктами комерційної діяльності можуть бути юридичні і фізичні особи, які наділені правом її здійснення. Що стосується об'єктів комерційної діяльності, то ними є конкурентоспроможні товари і послуги, затребувані на споживчому ринку. Взаємодія

суб'єктів і об'єктів за допомогою управлінських впливів і зворотного зв'язку дозволяє цілеспрямовано управляти діяльністю підприємства.

Слід відмітити, що управлінський вплив може набувати форми закону, постанови, плану, програми, нормативу, рекомендації, інструкції, а також матеріальними і нематеріальними заохоченнями. У свою чергу, зворотний зв'язок формується як результат безпосередніх спостережень і контролю з боку суб'єкта управління у формі бухгалтерської документації, статистичної й поточної звітності.

Будь-яка діяльність, у тому числі і комерційна, має певну спрямованість й організовується для досягнення визначених цілей, які можна охарактеризувати як цілі функціонування.

До основних цілей комерційної діяльності можна віднести [2, с.165]:

- формування господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку;
- дослідження й аналіз механізму закупівлі товарів;
- узгодження взаємозв'язку виробництва й споживання товарів, орієнтованих на споживчий попит;
- здійснення купівлі-продажу товарів з урахуванням конкурентного середовища;
- розширення існуючих ринків й розвиток потенційних;
- зменшення операційних витрат, зумовлених процесом купівлі-продажу товарів.

Таким чином, комерційна діяльність – це діяльність, що в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію й управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів та збільшення капіталізації суб'єкта. Операції, пов'язані з реалізацією підприємством комерційної функції, мають ряд спільних рис із торговельними, проте містять низку суттєвих відмінностей, що виокремлює комерційну функцію з-поміж інших у сфері товарно-грошового обігу.

1. Височин І.В. Роздрібний товарооборот підприємств як індикатор соціально-економічного розвитку / І.В. Височин // Економіка України. – 2013. – №7 (620). – С.34-43.

2. Комерційна діяльність : підручник / за ред. проф. В.В. Алопія. – К. : Вид-во «Знання», 2008. – 558 с.

**ГРЕЙДИНГОВАЯ СИСТЕМА ОПЛАТЫ ТРУДА КАК
СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА
РАБОТНИКОВ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО
”ВИТЕБСКХЛЕБПРОМ“ ФИЛИАЛ ”ОРШАНСКИЙ
ХЛЕБОЗАВОД“)**

Радченко Екатерина

Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика
Беларусь

Грейдинг – это метод создания универсальной иерархии должностей (рангов) для всего персонала компании; система оценки, позволяющая определить приемлемые для всех работников уровни компенсации на основе сопоставления относительной ценности для компании разных участков работы (должностей).

Эффективная система грейдов позволяет упростить администрирование корпоративной системы материального стимулирования, определить допустимый размер вознаграждения для вновь вводимых должностей, также это инструмент влияния на основные составляющие затрат на персонал [1, с. 29].

При введении грейдинговой оплаты труда в организации необходимо выполнение следующих условий:

- система оплаты должна соответствовать принятой стратегии развития персонала;
- являться эффективной и мотивирующей системой вознаграждения;
- способствовать развитию и карьерному продвижению сотрудников организации;
- быть понятной и прозрачной для персонала [2, с. 140].

В ходе исследования производительности труда работников на ОАО ”Витебскхлебпром“ филиал ”Оршанский хлебозавод“ было рекомендовано сменить текущую систему оплаты труда на грейдинговую, так как она позволит установить взаимосвязь между производительностью труда работника и заработной платой, тем самым мотивировать их улучшать свои показатели.

Для оценки должностей по методу Хея была разработана анкета оценки должностей и профессий. Все должности, профессии предприятия получили балльную оценку, и были в зависимости от неё проранжированы.

Должности, которые получили примерно одинаковое количество баллов и имеют приблизительно равную значимость для предприятия,