

Функціонування апарату управління в компанії забезпечується як ефективною лінійною організаційною структурою, так і розвиненою роботою по здійсненню процесу планування на підприємстві.

Основними факторами, які впливають на якість управлінського рішення, є: застосування до системи управління проектами наукових підходів і принципів, методів моделювання, методів теорії автоматизованого управління, методів мотивації якісного рішення тощо. Зазвичай в прийнятті будь-якого рішення наявні три основні моменти: інтуїція, судження і раціональність.

Могутнім фактором, що активізує процеси прийняття рішень, виступають сучасні засоби комп'ютерних інформаційних технологій, обчислювальні мережі тощо. Це вимагає високого рівня знань в області математики і програмування, технології використання технічних засобів. Однак процес прийняття рішення, вибору конкретного варіанта завжди буде мати творчий характер і залежати від конкретної особи, яка прийматиме рішення [4].

Таким чином, забезпечення повноцінного функціонування механізму реалізації управлінських рішень у системі управління підприємством, злагоджена робота всіх його складових дозволяє втілювати в життя прийняті управлінські рішення та реалізовувати обрану стратегію підприємства в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища.

Колесник Олександр
студент

Бережняк Анна
асистент кафедри бухгалтерського обліку,
аналізу та аудиту

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м.Ніжин

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В Україні в умовах переходу до ринкових відносин суттєво зросла значущість комерції щодо забезпечення зростання ефективності торгівлі. Тому одним із основних завдань комерційних структур стає опанування стратегією і тактикою комерції, заміна адміністративно-командної системи ринковими зв'язками та перехід

до договірних відносин рівноправного партнерства й відповідальності, за яких принципово змінюються зміст та орієнтація комерційної діяльності підприємств та, відповідно, управління нею.

У сучасних умовах становлення ринкових відносин, для яких характерні нестабільність та змінність зовнішнього оточення, демонополізація виробництва та лібералізація економіки, порівнювання в правах різноманітних форм та відносин власності, зростання насиченості ринку та підсилення конкуренції між товаровиробниками, рівень та якість комерційної роботи стають одними з найважливіших факторів ефективного функціонування підприємства на ринку товарів і послуг. У зв'язку з цим зростає роль управління комерційною діяльністю [1].

Комерція – слово латинського походження («*commercium*» – торгівля). Однак слід зважати, що термін «торгівля» має подвійне значення: в одному випадку він позначає самостійну галузь народного господарства (торгівлю), а в іншому – торгові процеси, спрямовані на здійснення актів купівлі-продажу товарів. Торгівля і комерційна діяльність тісно пов'язані між собою: зміни у технології торгівлі супроводжуються змінами у комерційній діяльності. Стратегічне управління комерцією має спрямовувати комерційні дії та операції на доведення товарів до споживачів, а тактичне – на зниження поточних витрат [2].

Найчастіше під комерційною роботою розуміють діяльність торгових підприємств і організацій, спрямовану на досягнення головної мети – більш повне задоволення платоспроможного попиту населення на основі динамічного й пропорційного розвитку виробництва, науково-технічного прогресу, підвищення якості та ефективності роботи. Комерційна діяльність підприємств в умовах ринкової економіки – це сукупність елементів торгової діяльності, спрямованих на більш повне задоволення потреб населення в товарах та послугах та отримання на цій основі прибутку [1].

Комерційна діяльність підприємств нині охоплює питання вивчення попиту населення, джерел надходження товарів, організації раціональних господарських зв'язків із постачальниками, включаючи розробку і надання їм заявок та замовлень на товари, укладання договорів на поставку товарів, ведення претензійної роботи. Крім того, комерційна робота включає формування оптимального асортименту, організацію оптового й роздрібного продажу товарів,

управління товарними запасами, рекламну діяльність, організацію обслуговування, надання послуг та інші операції.

Специфіка комерційної діяльності полягає в її цільовій орієнтації – повне задоволення запитів споживачів, оскільки за допомогою маркетингу комерційні працівники отримують необхідну інформацію про те, які вироби і чому хочуть купувати споживачі; про ціни, які вони готові заплатити; про те, в яких регіонах попит на певні вироби найвищий; де збут продукції підприємства може принести найбільший прибуток [2].

Сьогодні система управління комерційною діяльністю перестала відповідати зміненним умовам господарювання та новим завданням розвитку економіки. Вона не може бути удосконалена шляхом зміни окремих елементів, а потребує кардинального перетворення усіх своїх основних складових. При цьому необхідно враховувати, що всі елементи комерційної діяльності слід розглядати не окремо, а в їхньому взаємозв'язку та взаємообумовленості. А це можливо лише за допомогою створення комплексної системи управління комерційною діяльністю на основі маркетингу, яка буде здатна швидко реагувати на зміни у зовнішньому оточенні, спрямована на більш ефективне досягнення цілей підприємства.

Активність комерційної діяльності в сучасних умовах характеризується появою на ринку нових ринкових суб'єктів шляхом створення нових фірм, банків, фінансових інститутів тощо; інтенсивним потоком інновацій; масовим міжгалузевим переливом капіталів. Однак у той же час існує ряд факторів, які негативно впливають на неї: високі податкові ставки, недостатньо високий рівень субсидування досліджень і розробок; низька норма накопичення і розмір інвестицій; надмірне державне регулювання; інфляція; велика кількість документів, що вимагаються державними органами управління; зростання цін на енергоресурси, дефіцит матеріальних ресурсів; низький рівень освіти; зміни моральних цінностей тощо [1].

Управління комерційною діяльністю спрямовується на вирішення задачі впливу на рівень, часові рамки і структуру пропозиції та попиту таким чином, щоб організація досягла поставленої цілі.

Управління комерційною діяльністю є водночас і процесом, в ході якого реалізуються відповідні функції і системою, яка через

організаційну структуру здійснює ці функції. Ланкою, яка поєднує ці складові управління, є інформація.

Таким чином, комерційна діяльність підприємств охоплює весь комплекс робіт, починаючи з вивчення попиту споживачів і закінчуючи безпосередньо продажем товарів.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика. – Навчальний посібник. – К.: ВД "Професіонал", 2011.– 288с.

2. Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. Комерційна діяльність малих підприємств.-К.: Національна академія управління, 2014.-147с.

Онищенко Олексій
студент

Бережняк Анна
асистент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м.Ніжин

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Підприємство як виробнича система зі своїми підсистемами і службами є найскладнішою системою. Якщо для конструювання нової продукції та здійснення техніко-технологічних нововведень розробляються цільові проекти спеціалізованими підрозділами технічної підготовки виробництва, то проблема адаптації виробництва до виникаючих змін, його реорганізації залишається невирішеною, або вирішується в процесі освоєння продукції, що значно затримує строки виходу на ринок, збільшує витрати, погіршує конкурентну позицію.

Організація - це функція управління, яка передбачає впорядкування всіх процесів функціонування підприємства: виробничих, інформаційних, соціальних, економічних, технологічних. Для того щоб ця функція управління здійснювалася, саме управління теж має бути організованим. Хороша організація менеджменту є основою організації діяльності підприємства.

Проектування організації, що забезпечує встановлення взаємодії між членами організації з урахуванням виконаних ними робіт,