

**Науковий реферат статті Гонського М. Д.  
"Комерційна функція як основа ефективної комерційної діяльності  
торговельного підприємства"**

З метою підвищення якості управління комерційною діяльністю торговельних мереж постає необхідність розробки методологічних засад оцінювання ефективності управління комерційною функцією підприємства шляхом визначення інтегрального індикатора на основі узагальнюючих та системи часткових показників організаційного й економічного характеру.

У статті систематизовано дослідження сучасних науковців щодо сутності комерційної функції і подано концептуальне трактування комерційної функції як комплексу загальних функцій менеджменту щодо управління сукупністю взаємопов'язаних бізнес-процесів (операцій) створення ланцюга вартості.

Дослідження показало, що ключова роль у створенні цього ланцюга, задоволенні потреб споживачів та отриманні доходу належить комерційній функції, яка й визначає пріоритетність розподілу торговельних бізнес-процесів.

У результаті дослідження запропоновано математичну модель залежності комерційної функції торговельного підприємства від трьох основних чинників: асортиментної політики, логістики та управління персоналом.

Проведене експертне опитування фінансового, комерційного і маркетингового директорів, менеджерів операційного департаменту підтвердило висновки автора про сталість таких параметрів впливу на ефективність комерційної діяльності, як загальноекономічний стан та грошово-кредитна політика в державі, ступінь конкурентності в галузі. Крім того, респонденти відзначили умовну об'єктивність впливу на комерційну ефективність управління процесами клієнтоорієнтованості та матеріально-технічною базою торговельного підприємства.

Вирішальне значення для якості управління комерційною функцією мають такі змінні параметри, як управління товарним забезпеченням, роботою з постачальниками і кадровим потенціалом.

У сучасних умовах удосконалення асортиментної політики, логістики або управління персоналом повинно враховувати новітні тенденції економічної науки і ґрунтуватися на концепції вдосконалення процесорієнтованого управління комерційної діяльності, організаційних структур

комерційних підрозділів та оновлення мотиваційного механізму як дієвого інструменту управління кадровим потенціалом.

Структура управління комерційною діяльністю лише тоді є ефективною, коли враховується взаємодія і підпорядкованість усіх елементів цілісної системи управління торговельним підприємством. Підґрунтям для ефективної діяльності торговельного підприємства є високий рівень реалізації комерційної функції, яка охоплює, окрім суто торговельної, також технологічну, економічну та фінансову складові.

---

**Література:** 1. Тимчина А. І. Сутність і роль комерційної функції підприємств у ринковому середовищі / А. І. Тимчина // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 297–303. 2. Бородин В. А. Управление стратегическим потенциалом предприятия : монография / В. А. Бородин. – Berlin : Germany LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co.KG, 2011. – 177 с. 3. Васильев Г. А. Коммерческая деятельность промышленной фирмы / Г. А. Васильев, Л. В. Осипова. – М. : Экономическое образование, 2002. – 324 с. 4. Виноградова С. Н. Коммерческая деятельность : учеб. пособ. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – Мн. : Высшая школа, 2008. – 364 с. 5. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с. 6. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. – М. : Изд. дом "Дашков и К", 2009. – 580 с. 7. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. П. Половцева. – М. : Изд. "ИНФРА", 2000. – 328 с. 8. Волков Ю. В. Коммерческая деятельность: принципы управления в производственной организации / Ю. В. Волков // Сборник материалов конференции ГУУ. – М. : Изд. ГУУ, 2003. – С. 211–218. 9. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – [Вид. 2-ге, випр. і доп.]. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с. 10. Данилюк А. І. Проблеми оцінки ефективності системи управління персоналом / А. І. Данилюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 3, т. 1. – С. 112–115. 11. Шуміло О. С. Оцінка ефективності системи обслуговування споживачів у підприємствах роздрібно́ї торгівлі [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. С. Шуміло. – Х., 2010. – 192 с. 12. Lejeune M. A. A variable neighborhood decomposition search methodology for production-distribution planning in supply chain management. – Piscataway, NJ, USA : Rutgers University Center for Operations Research, 2004. – 200 p. 13. П'ятницька Г. Т. Переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами / Г. Т. П'ятницька // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4 (142). – С. 103–113. 14. Балабанова Л. В. Маркетинг закупівельної діяльності / Л. В. Балабанова, Л. О. Костенко. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. – 599 с.

#### Інформація про автора

**Гонський Михайло Дмитрович** – аспірант кафедри менеджменту Львівської комерційної академії (79005, Україна, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10, e-mail: honskij@gmail.com).