

Отримане значення коефіцієнта спряженості вказує на високу залежність якості ЛК від обсягу трудового потенціалу.

Висновки. Отже, зменшення втрат людського капіталу має досягатися передусім унаслідок підвищення його якості. Остання залежить, окрім іншого, від вартості трудового потенціалу. Оскільки наявна в останнє десятиліття динаміка населення України не дає змоги очікувати збільшення обсягу трудових ресурсів, тому покращення якості ЛК варто забезпечувати збільшенням інвестицій у трудовий потенціал, удосконаленням систем матеріальних стимулів. Тому серед перспектив подальших наукових досліджень вагоме місце має посідати розроблення шляхів попередження втрат ЛК регіонів України.

Література

1. **Юсупов К.** Риски в использовании трудового потенциала регионов / К. Юсупов, А. Давлетбаева // РИСК. – 2010. – № 1. – С. 132-135.
2. **Сайт Державного комітету статистики України.** [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. **Статистика** : навч. посібн. / С.О. Матковський, Л.І. Гальків, О.С. Гринькевич, О.З. Сорочак. – Львів : Вид-во "Новий світ-2000", 2009. – 460 с.

Гальків Л.І., Заверуха Х.О. Региональная вариация трудового потенциала и человеческого капитала Украины

Обоснована формула и вычислена стоимость трудового потенциала в регионах Украины, исследована ее региональная вариация. Стандартизированы положительные и отрицательные факторы человеческого капитала Украины, построены их интегральные характеристики, оценено качество человеческого капитала, исследована его региональная вариация. Оценено влияние трудового потенциала и качество человеческого капитала.

Ключевые слова: человеческий капитал, трудовой потенциал, интегральные оценки.

Galkiv L.I., Zaverukha K.O. Regional variation of labor potential and human capital of Ukraine

The cost of labor potential in the regions of Ukraine is calculated and its regional variations are investigated. The labor potential formula is substantiated. The positive and negative factors of human capital of Ukraine are standardized, their integral parameters are built. The quality of human capital is estimated, its regional variations are investigated. The influence of labor potential and quality of human capital is estimated.

Keywords: human capital, labor potential, integral estimations.

УДК 658.8.011.1

Аспір. М.Д. Гонський¹ – Львівська КА

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено погляди різних авторів до змісту комерційної діяльності. Розкрито сутність комерційної діяльності торговельного та виробничого підприємства. Здійснено порівняльний аналіз маркетингу та комерційної діяльності. Відзначено особливості комерційної функції як однієї з основних функцій організації.

Ключові слова: комерційна функція, комерційна діяльність, торговельна діяльність, функції комерційної діяльності.

¹ Наук. керівник: проф. Ф.І. Хміль, д-р екон. наук – Львівська КА

Вступ. У сучасній економіці України торгівля виконує функцію товарно-грошового обміну, відіграє важливу роль у реалізації соціальної політики, балансу реального сектору економіки, розширенні міжгалузевого обміну, та загалом є рушійною силою розвитку економіки загалом. Стабільна динаміка розвитку внутрішньої торгівлі та розвиток сучасних форм торгівлі потребує вдосконалення реалізації комерційної функції цих підприємств як в теоретичному, так і практичному плані.

Постановка завдання, мета дослідження. Метою дослідження є вивчення сутності та змісту комерційної діяльності та особливостей комерційної функції як одної з основних функцій організації.

Виклад основного матеріалу. Питанням розвитку і підвищення ефективності комерційної діяльності приділяють увагу вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема В. Апопій, Г. Осовська, Ф. Хміль, Л. Дашков, В. Памбухчианц. Кожен з дослідників трактує зміст і суть комерційної діяльності з різних позицій. До того ж, саме поняття комерції у повсякденно звичному сенсі збігається із торгівлею. Згідно з нормативними документами, торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування товарів і послуг від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надання пов'язаних із цим послуг [5].

Будь-яка діяльність, зокрема й комерційна, має певну спрямованість й організовується для досягнення поставлених цілей, які можна назвати цілями функціонування. Будучи атрибутом ринку, комерція формується на його принципах, які слугують неодмінною умовою її розвитку. Ринок – це система економічних відносин між продавцями і покупцями, основою яких є купівля-продаж товарів, тобто комерційна діяльність. Її мета – збільшення доходів у торгівлі за умови задоволення попиту покупців.

Для того, щоби розкрити сутність терміна "комерційна діяльність", ми опрацювали низку наукових джерел. Економічний словник дає визначення комерції (від лат. commercium – торгівля) як торговельної, торгово-посередницької діяльності, участі в продажу чи сприяння в продажі товарів та послуг [14]. На нашу думку, комерційна діяльність є ширшим поняттям і охоплює всі процеси закупівельно-збутової діяльності з метою отримання прибутку. Оскільки комерційна діяльність є частиною товарно-грошових відносин, її можна розглядати як важливу економічну категорію. Варто зазначити, що жодне з наведених у табл. визначень не можна вважати повними, оскільки охоплюють лише окремі аспекти, не відображаючи цілісного бачення комерційної діяльності.

Більшість авторів справедливо наголошує на важливості етапу виявлення потреби в закупівлі товарів. Разом з тим, окремі автори помилково включають до змісту комерційної діяльності невластиві функції, наприклад операції зі зберігання товарів. Ми вважаємо, що комерційна діяльність не охоплює технологічної функції торгівлі. Не можна погодитись також із думкою окремих авторів, що будь-яка діяльність, спрямована на отримання прибутку, є комерційною, оскільки об'єктом комерційної діяльності виступають не всі матеріально-технічні ресурси, а лише їх частина – товари. Натомість,

незважаючи на виявлені розбіжності, дослідники єдині в думці, що предметом комерційної діяльності виступають процеси у сфері товарообігу з обов'язковим врахуванням задоволення потреб споживачів.

Табл. Сутність поняття комерційної діяльності з погляду окремих авторів

Автор	Визначення комерційної діяльності
Гарвардська школа управління комерційною діяльністю	Гармонійне поєднання отримання прибутку підприємством та задоволення вимог споживачів (1958 р.).
Ф. Половцева	Особливий вид діяльності, пов'язаний з реалізацією товарів, від якого залежить кінцевий результат торговельного підприємства, тобто товарно-грошовий обмін, в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торговельного підприємства з орієнтацією на потреби ринку [12].
А. Бусигін	Комплекс операцій, які забезпечують купівлю-продаж товарів, і разом з торговельними процесами формують торгівлю як вид діяльності [3].
В. Апопій	Спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [6].
І. Беляєвський	Діяльність із купівлі-продажу та зберігання товарів з метою задоволення споживчого попиту й отримання прибутку [2].
Л. Дашков і В. Памбухчіянц	Технологія торгівлі як сукупність способів раціональної організації та методів ефективного виконання операцій торгово-технологічного процесу [4].
І. Марченко	Система оперативно-організаційних заходів, спрямованих на організацію та управління процесами купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту та отримання прибутку [9].
О. Русєва та А. Балан	Особливий вид діяльності, що охоплює обмін матеріальними цінностями і послугами, торговельні операції з придбання матеріально-технічних ресурсів і реалізації продукції [13].

Значення комерційної діяльності розкривається через три основні її функції: комунікативну, адаптивну і розвідувальну (дослідницьку). Комунікативна полягає у передачі інформації постійним і потенційним клієнтам за особистого контакту з ними, з'ясування їхньої реакції. Ф. Котлер наголошує на тому, що двосторонній обмін інформацією спрямований на переконання клієнта у вигодах і конкурентних перевагах товарів і послуг конкретного підприємства [7]. Адаптивна функція ґрунтується на результатах комунікаційного процесу та сприяє вирішенню проблем потенційного клієнта. При цьому глибоко досліджуються потреби клієнта, пропонуються товари і послуги, які найкращим чином задовольняють його потреби.

Розвідувальна (дослідницька) функція комерційної діяльності пов'язана з опрацюванням та оцінюванням інформації про клієнтів, товари і ринки. У цій функції найбільше проявляються спільні риси з маркетингом, натомість інформація, отримана в процесі комунікацій з клієнтом, краще характеризує покупця і його потреби. Сучасна комерційна діяльність є активним процесом, в якому використовуються маркетингові технології для з'ясування потреб клієнтів, планування кількісних та якісних показників продажів, складу супутніх послуг і методів реалізації.

Огляд наукових джерел і порівняльний аналіз думок різних авторів дає змогу сформулювати таке узагальнене бачення: комерційною є діяльність, побудована на взаємозв'язках та взаємодовірі, у якій на основі уваги до потреб покупців розробляється товарна пропозиція і відбувається реалізація.

Цілі комерційної діяльності визначають її зміст, а саме:

- встановлення господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку;
- вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів;
- узгодження зв'язку виробництва зі споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців (асортимент, обсяг й оновлення продукції);
- здійснення купівлі та продажу товарів з урахуванням конкурентного середовища;
- розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів;
- скорочення операційних витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів.

Зауважимо, що комерційна та торговельна діяльність мають певні спільні ознаки – процеси відбуваються у невиробничій сфері, а об'єктом є товар, який продається з метою отримання прибутку, та гроші, оплачені за нього, які служать потім джерелом утворення прибутку. Комерційний процес починається від моменту, коли товар переходить зі сфери виробництва у сферу товарного обігу, де він потрапляє у сферу споживання.

Попри спільні риси, є і певні відмінності між комерційною та торговельною діяльністю. Окрім суто торговельних складових, до сфери комерційної діяльності належать питання логістичних етапів і ланцюговості процесу реалізації, технологічні особливості методів продажу. У той час, як торговельна діяльність є системою людських і матеріальних ресурсів та засобів для товарно-грошового обміну, комерційна діяльність є системою операційних та організаційних засобів управління підприємством.

Істотна відмінність простежується у визначеннях комерційного і торговельного підприємства. Так, практично всі автори визначають комерційне підприємство як суб'єкт господарювання, який має за мету отримання прибутку та здійснює для цього виробничо-збутову, торговельну чи іншу діяльність. Натомість торговельне підприємство розглядають як різновид комерційного, що спеціалізується на купівлі-продажу та зберіганні товарів та виконанні інших функцій, пов'язаних із забезпеченням руху товару від виробника до споживача. Цікавим видається порівняльний аналіз комерційної діяльності суто торговельних організацій та підприємств інших галузей. На наш розсуд, комерційна діяльність у торговельному підприємстві охоплює переважно закупівлю товарів без зміни їхніх споживчих характеристик, а ключовими показниками, які формують валовий дохід, є товарообіг і торговельна надбавка. Натомість комерційна діяльність підприємств інших сфер діяльності полягає також у закупівлі сировини, обладнання, витратних матеріалів для створення нових споживчих характеристик товару та подальшої його реалізації. Тут ключовими критеріями комерційної діяльності, які формують дохід, є обсяги виробництва та додана вартість.

Хміль Ф. залежно від операцій, які виконує організація, виділяє чотири функції – технічну, комерційну, фінансову та адміністративну [15]. Г. Осовська зазначає, що найважливішою спеціальною функцією підприємства торгівлі є комерційна, а до часткових функцій відносить маркетинг і інновації [11].

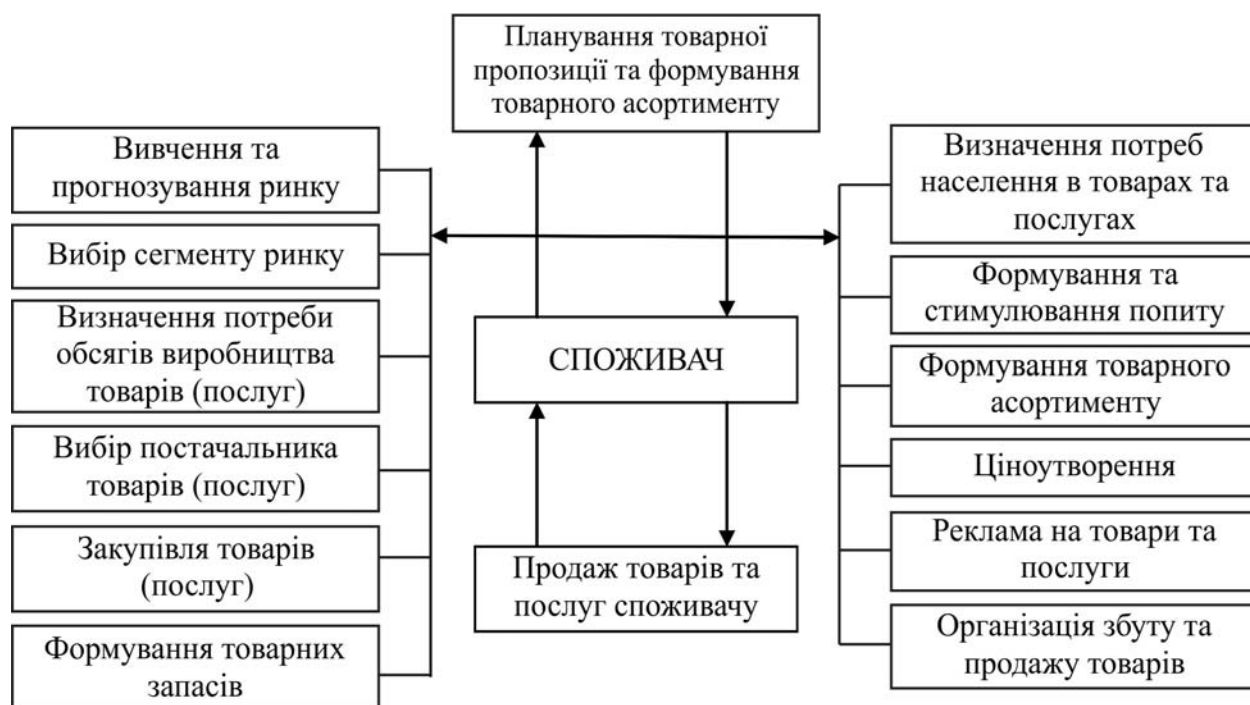


Рис. Завдання комерційної діяльності торговельного підприємства

Комерційна функція торговельного підприємства спрямована на вирішення цілого комплексу завдань, які є важливим елементом підвищення ефективності діяльності (рис.). Маркетинговий підхід проявляється під час укладення договорів, визначення сегменту ринку, організації продажу товарів, формування асортиментної та цінової політики.

Висновки. Проаналізувавши дослідження низки фахівців щодо комерційної діяльності, ми можемо підсумувати, що разом з технічною, фінансовою та адміністративною функціями вона становить зміст діяльності підприємства. Комерційна діяльність – це діяльність, яка в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів та збільшення капіталізації її суб'єкта. Операції, пов'язані з реалізацією підприємством комерційної функції, мають багато спільних рис із торговельними, проте містять низку істотних відмінностей, що виокремлює комерційну функцію з-поміж інших у сфері товарно-грошового обігу. У комерційній діяльності використовують маркетингові технології, що зумовлено спільною спрямованістю на задоволення потреб споживачів. Порівняльний аналіз комерційної діяльності суто торговельних організацій та підприємств інших галузей продемонстрував розбіжності між ключовими критеріями, які формують прибуток.

Література

1. Апопій В.В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В.В. Апопій // Вісник Дон НУЕТУ. – Сер.: Економічні науки. – 2005. – № 4. – С. 153-163.
2. Беляевский И.К. Основы коммерции : учебно-практ. пособ. / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М. : Изд-во МЭСИ, 2005. – 129 с.
3. Бусыгин А.В. Важнейший источник экономического анализа / А.В. Бусыгин // Деловой вестник "Российской кооперации". – 2001. – № 5. – С. 15.

4. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. – 5-ое изд. / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2007. – 448 с.
5. ДСТУ 4303:2004 Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 236 с.
6. Комерційна діяльність : підручник / за ред. проф. В.В. Апопії. – К. : Вид-во "Знання", 2008. – 558 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-ое изд. – М. : Изд. дом. "Вильямс", 2003. – 1200 с.
8. Маркетинг и сбыт / Питер Винкельманн. – М. : Изд. дом. Гребенникова, 2006. – 668 с.
9. Марченко И.С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций // Вестник МГТУ. – 2010. – Т. 13, № 1. – С. 27-30.
10. Організація торгівлі : підручник / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький та ін. / за ред. В.В. Апопії. – 3-тє вид., [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во ЦУЛ, 2009. – 632 с.
11. Осовська Г.В. Основы менеджменту : навч. посібн. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К. : Вид-во "Кондор", 2006. – 664 с.
12. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф.П. Половцева. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2001. – 248 с.
13. Русева О.Н. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия / О.Н. Русева, А.С. Балан // Труды Одесского политехнического университета. – 2003. – Вып. 2 (20). – С. 1-4.
14. Філіна А.І. Економічний словник : тлумачно-термінологічний / А.І. Філіна, В.А. Коноплицький. – К. : Вид-во КНТ, 2007. – 580 с.
15. Хміль Ф.І. Основы менеджменту : підручник / Ф.І. Хміль. – 2-ге вид., [перероб. та доп.]. – К. : Академвидав, 2007. – 346 с.

Гонский М.Д. Сущность и содержание коммерческой деятельности торгового предприятия

Исследованы взгляды разных авторов к содержанию коммерческой деятельности. Раскрывается сущность коммерческой деятельности торгового и производственного предприятий. Проведен сравнительный анализ маркетинга и коммерческой деятельности. Отмечены особенности коммерческой функции как одной из основных функций организации.

Ключевые слова: коммерческая функция, коммерческая деятельность, торговая деятельность, функции коммерческой деятельности.

Gonskyj M.D. Essence and maintenance of commercial activity of trading enterprise.

The looks of different authors and maintenance of commercial activity are observed. Essence of commercial activity of trading and production enterprise are exposed. The comparative analysis of marketing and commercial activity is conducted. The features of commercial function are pointed of as one of the basic functions of organization.

Keywords: commercial function, commercial activity, trade activity, functions of commercial activity.

УДК 657.1:630

**Доц. Т.А. Городня, канд. екон. наук;
магістр В.А. Ільчук – Львівська КА**

УПРАВЛІННЯ ОБІГОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Висвітлено питання управління обіговим капіталом підприємства. Проаналізовано розроблені концепції, представлено величину нагромаджень, що реалізуються на підприємстві, досліджено показники ефективності використання обігових коштів. Показано спільний вплив певних чинників на величину обігового капіталу підприємства. Представлено алгоритм побудови системи управління обіговим капіталом підприємства.