

2005. — № 2 (84). — S. 12-14. 13. Zawisłak A. M. Kąjdany rynku // Dziś. — 2004. — № 2. — S. 30-55. 14. Zawisłak A. M. Społeczeństwo uzależnionych konsumentów // Dziś. — 2004. — № 3. — S. 40-51.

В статті розглядаються питання актуальності використання реклами в підприємницькій діяльності. Вказуються переваги та недоліки реклами. Проаналізовано психологічний аспект сприйняття реклами споживачами та її вплив на поведінку споживачів. Звернуто увагу на важливість питання довіри споживачів до реклами.

Usage of advertising in business has been analyzed. Author considers advantages and disadvantages of advertising. Psychological aspects of perception of advertising by consumers and influence of advertising on behavior of consumers have been considered. Attention is paid to importance about question of consumers' confidence to advertising.

УДК 655.42

Г. П. Грет

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РОЗДРІБНОГО КНИГОТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглядається поняття «комерційна діяльність», чинники, що впливають на неї в умовах ринку, її структура. Висвітлюється системний підхід до комерційної діяльності. Подаються показники визначення її ефективності.

Комерційна діяльність, книготорговельне підприємство, комерційний ризик, попит, прибуток

В сучасних умовах комерція має місце в різних сферах народного господарства, оскільки в ринкових умовах крім товарів та послуг продаються і гроші, і нові технології, і продукти інтелектуальної праці — все, що має реальну вартість та попит.

Ефективна діяльність роздрібних книготорговельних підприємств тісно пов'язана з комерційною роботою. Тут є низка абсолютно різних за своєю природою рішень, але всі вони об'єднані спільною метою — отриманням прибутку та забезпечення потреб населення неперіодичними виданнями.

Комерційна діяльність в різних ракурсах розглядається в працях українських вчених — В. В. Алопія, С. Г. Бабенка, І. О. Бланка, Я. А. Гончарука, Я. М. Антонюк, П. Ю. Балабана, І. П. Міщук, С. І. Рудницького, Ю. М. Хом'яка, Б. З. Воробйова, Н. О. Криковцева та зарубіжних вчених — Л. П. Дашкова, В. К. Памбухчянца, Ю. А. Аванесова, Є. В. Васькіна, Ф. Г. Панкратова, Т. Г. Серьогіна, Б. І. Синецького, Л. О. Брагіна, Т. П. Данько та ін.

Особливістю комерційної діяльності роздрібних книготорговельних підприємств є те, що споживачами є населення, рідше — установи та підприємства. Тому працівникам книгарень при здійсненні комерції слід враховувати такі фактори, що впливають на поведінку покупця:

- психологічні фактори (мотив, сприйняття, засвоєння, переконання);
- особистісні фактори (вік, стать, професія, освіта, рівень доходів, стиль життя, тип особистості);
- соціокультурні фактори (культура, оточення, сім'я, соціокультурний статус особистості);
- соціокультурні фактори (зміна обставин у покупця, в країні, атмосфера в магазині).

Термін «комерція» латинського походження (commercium), в перекладі означає «торгівля». Тому поняття «комерція» тлумачиться по-різному. З одного боку — охоплює галузь торгівлі, а з іншого — торговельні процеси, спрямовані на активізацію та здійснення актів купівлі-продажу товарів. Загальним засобом обміну є гроші, а місцем обміну книжкових товарів на гроші є ринок.

Комерційна діяльність — це максимізація вигоди (доходу, прибутку) від реалізації товарів [1, с. 42]. Водночас це широка галузь оперативно-організаційної діяльності торговельних підприємств, яка спрямована на здійснення процесів торгівлі — продажу товарів для задоволення потреб населення і отримання прибутку [2, с. 38]. Незважаючи на відмінності у трактуванні поняття «комерційна діяльність» вченими і практиками, предметом комерційної діяльності є акти купівлі-продажу товарів у сфері товарообігу з врахуванням попиту споживачів і необхідністю отримання прибутку [3, с. 44; 4, с. 57].

Створення різноманітних ринкових структур — бірж, страхових компаній, комерційних банків, шкіл бізнесу, аудиторських компаній, транспортних підприємств — сприяє розвитку комерційної діяльності роздрібних книготорговельних підприємств.

За характером функцій, що виконуються у сфері товарного обігу, процеси та операції книготорговельних підприємств поділяються на виробничі (технологічні) та комерційні (торговельні) (мал. 1).

Процеси книготорговельного підприємства	
□	□
Виробничі (технологічні)	Комерційні (торговельні)
□	□
Пов'язані з рухом споживчої вартості і є за своєю сутністю продовженням процесу виробництва у сфері товарного обміну	Пов'язані зі зміною форми вартості товарів, тобто купівлею продажем книжкової продукції, без них неможливо здійснювати операції купівлі-продажу

Мал. 1. Процеси книготорговельного підприємства

	Вивчення та прогнозування попиту населення на книги та ринку збуту	
Замовлення книжкових товарів і формування асортименту	< ^ >	Обслуговування покупців та продаж товарів
	Комерційна діяльність	
Вивчення джерел надходження товарів та постачальників	> < □	Рекламно-інформаційна діяльність
	Маркетингові дослідження	

Мал. 2. Складові комерційної діяльності роздрібно-книготорговельного підприємства

До комерційних процесів відносяться вивчення та прогнозування попиту населення на книги, ринку збуту книжкової продукції та послуг, виявлення та вивчення джерел надходження товарів та постачальників, раціональних господарських зв'язків з постачальниками, формування та управління асортиментом, сервісним обслуговуванням населення, посередництва, стимулювання збуту товарів (маркетингові дослідження, рекламно-інформаційна діяльність та надання послуг) (мал. 2).

Комерційна діяльність роздрібно-книготорговельних підприємств ґрунтується на основі принципу самостійності книготорговельних підприємств, суворої матеріальної та фінансової відповідальності сторін за виконання договірних зобов'язань. Комерційна діяльність повинна бути гнучкою, своєчасно враховувати вимоги ринку.

Книготорговельні підприємства не можуть працювати без комерційного ризику. Ризик — це сума збитків, отриманих із-за прийняття невірної рішення. Причинами виникнення комерційного ризику є інфляція, погіршення фінансово-го стану підприємства, укладення ризикованих угод, невиконання договірних зобов'язань, некоректні дії конкурентів, крадіжки товарів при транспортуванні, нечесність працівників, стихійне лихо.

При плануванні комерційної діяльності дуже важливо передбачити вплив ризику на результати діяльності, «зважувати» його, використовуючи максимально можливий обсяг інформації. Не менш важливим є вміння виділити пріоритети на певних часових етапах, що дозволяє сконцентрувати увагу на найбільш відповідальних ділянках роботи.

На комерційну діяльність книготорговельних підприємств впливають суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності. Суб'єктами є особи, які приймають підприємницькі рішення та виконують комерційні функції. Свої дії вони реалізують через об'єкти книготорговельних підприємств — основні фонди і товарно-матеріальні цінності.

Оскільки книготорговельні підприємства є складовою ринку, то на їхню комерційну діяльність впливає зовнішнє середовище :

- законодавчі і нормативні акти, документи;
- економічні тенденції в галузі;
- соціальне середовище, покупці, постачальники, товарів;
- конкуренти;
- банки, фінансову установи;
- контрольно-інспекційні органи;
- ярмарки, аукціони, біржі.

Внутрішнє середовище книготорговельного підприємства теж здійснює вплив на його комерційну діяльність. Це матеріальні, технічні, фінансові, трудові ресурси, функціональні служби, товарно-матеріальні цінності, торгово-технологічні процеси, складське господарство, інформаційно-комп'ютерне забезпечення.

Комерційна діяльність книготорговельних підприємств як система має свої системні властивості та характеристики. До властивостей відносяться: взаємодія і цілісність елементів, їхній зв'язок, організація та інтегративні якості. Характеристиками комерційної діяльності як системи є вхід, процес, вихід. До характеристики Вхід відносяться всі види ресурсів (матеріальні, трудові, фінансові) та економічне, організаційне, інформаційне забезпечення комерційної діяльності.

Процес включає технологію здійснення комерційної діяльності при просуванні товарів від постачальників до споживачів.

Характеристика Вихід — це сфера споживання, куди реалізуються книжкові товари.

Ефективність комерційної діяльності означає досягнення найкращих результатів з найменшими затратами. Уся система показників ефективності комерційної діяльності поділяється на 3 групи :

1) показники, що характеризують ресурси підприємства :

— матеріальні — сума основних фондів, середня вартість основних фондів, коефіцієнти оновлення та нововведення, фондівіддача, фондооснащеність, фондомісткість, фондорентабельність, сума товарних запасів, середні товарні запаси, час та швидкість обертання товарних запасів;

— трудові — кількість працівників, структура чисельності, продуктивність праці, фонд заробітної плати, плинність кадрів.

— фінансові ресурси — сума основних засобів підприємства, структура основних засобів, ліквідність підприємства, коефіцієнт платоспроможності.

2) показники, що характеризують затрати підприємства — сума поточних витрат, їхня структура, рівень поточних витрат, абсолютна і відносна економія (перевитрати) коштів.

3) показники, що характеризують результати комерційної діяльності — показники товарообігу, структури товарообігу, динаміки товарообігу, показники доходів (загальна сума, структура, динаміка), показники прибутку (сума, структура, динаміка, рентабельність комерційної діяльності).

1. Аванесов Ю. А. Основы коммерции : учеб. / Ю. А. Аванесов, Е. В. Васькин. — М. : ТОО "Люкс-Арт", 2008. — 424 с. 2. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. — М. : Маркетинг, 2007. — 328 с. 3. Воробийов Б. З. Основы комерційної діяльності / Б. З. Воробийов, Е. М. Локтев, Ю. І. Плетень. — Київ : ВЕУ, 2004. — 388 с. 4. Криковцева Н. О. Комерційна діяльність / Н. О. Криковцева, О. Б. Казакова, Л. Г. Саркісян, Л. А. Авдєєнко, Л. С. Курська. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 296 с. 5. Комерційна діяльність : підруч. / За ред. проф. В. В. Апопня. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К. : Знання, 2008. — 558 с.

Рассматриваются понятие «коммерческая деятельность», факторы, влияющие на нее в условиях рынка, ее структура. Характеризуется системный подход к коммерческой деятельности. Наводятся показатели определения ее эффективности.

A concept commercial activity, factors which influence on her in the conditions of market, her structure are considered. Approach of the systems to commercial activity is illuminated. The indexes of determination of her efficiency are given.

УДК 658.14

Н. І. Передерієнко, Д. Л. Степанюк
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ У МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОМУ ПОСТАЧАННІ ТА ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглядаються види ризиків, притаманних діяльності підприємств в умовах ринкової економіки, причини виникнення, вплив на фінансовий стан і деякі способи їх уникнення.

Ризик, надійність договорів, постачальники, замовники, показники варіації

Необхідною умовою функціонування поліграфічного підприємства в умовах ринкових відносин для забезпечення його фінансової рівноваги є отримання прибутку, прогнозування загроз і нейтралізації можливих ризиків.

Як економічна категорія ризик означає ймовірність википлення непередбачуваних втрат в ситуації невизначеності умов фінансово-господарської діяльності.

За видами економічної діяльності розрізняють виробничий, комерційний і фінансовий ризики [3]. Виробничий ризик виникає в процесі виробничої діяльності внаслідок технологічних збоїв, несвоєчасного забезпечення ТМЦ, незадовільного стану устаткування, збільшення витрат на виробництво, зниження якості продукції. Це призводить до скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції та зрештою погіршує економічні показники діяльності.