

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Ю.Ю. Сулова
« ____ » _____ 201_г.

БАКАЛАВСКАЯ РАБОТА

38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.01 «Коммерция»

код и наименование специальности

«Организация коммерческой деятельности и ее совершенствование»

тема

на материалах предприятия ИП «Кузьменко»

Научный руководитель _____ доцент _____ Е.А. Нечушкина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник ЭУ14-03Б-К _____ Б.С. Гордеев
номер группы номер зачетной книжки подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтроллер _____ доцент..... _____ А.В. Волошин
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2018

ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночных отношений в нашей стране создает новую экономическую ситуацию, связанную со свободным формированием хозяйственных связей торговли с промышленными предприятиями и гибким ценообразованием. Торговые предприятия действуют в условиях свободы договоров, конкуренции, жесткой экономической ответственности. Такое положение требует экономико-организационных условий, без которых невозможно повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов рынка, в том числе розничной торговли [40].

Розничная торговля в последние годы претерпела значительные структурные изменения и благодаря своим масштабам и влиянию на уровень жизни населения играет важнейшую роль в экономике страны [19].

Коммерческая деятельность представляет наиболее важное направление в работе предприятий, функционирующих в условиях рыночных экономических отношений. Качество и своевременность выполнения предприятиями своих коммерческих функций в каждый момент времени определяет эффективность хозяйственной деятельности, скорость развития, а иногда и сам факт их существования. Это свидетельствует о важности и актуальности вопросов коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность имеет место всегда, когда происходит процесс купли-продажи, что способствует развитию товарно-денежных отношений во всех звеньях сложного экономического комплекса страны. Эта деятельность представляет собой один из важнейших элементов управления экономическими отношениями. Они возникают между хозяйствующими субъектами во всех сферах экономики в процессе обмена товарами, услугами, ноу-хау, средствами производства, техникой, сырьем и т.д.

Коммерческий успех любой организации определяется выбранной тактикой и стратегией ценообразования. Ее доход зависит от количества проданного товара, правильного выбора метода ценообразования и ряда других факторов.

Коммерческая деятельность выступает в современных условиях как один из важнейших факторов функционирования и развития торговых организаций. Эта деятельность постоянно совершенствуется в соответствии с объективными требованиями производства и реализации товаров и услуг, повышением роли потребителя в формировании технико-экономических и иных параметров продукции. Большую роль играют, также, изменения в организационных формах и характере деятельности предприятий. Изменения условий деятельности предприятий, необходимость адекватного приспособления к ней системы управления, сказываются не только на совершенствовании его организации, но и на перераспределении функций управления по уровням ответственности, формам их взаимодействия.

Коммерческая деятельность рассматривается как основа функционирования предприятия, и, тем самым, усиливается внимание к ее функциям в рамках различных видов организационно-правовых форм. По мере усложнения организационно-правовой формы предприятия, управление коммерческой деятельностью приобретает все большее значение. Поэтому управление коммерческой деятельностью ставит своей непосредственной задачей внести определенную упорядоченность в коммерческие и технологические процессы, организовать совместные действия работников, участвующих в этих процессах, достичь согласованности и координации действий.

В настоящее время, для того чтобы добиться успеха в предпринимательской, в том числе, коммерческой деятельности, требуется применение современных высокоэффективных способов и методов управления потоковыми процессами, таких как логистика. Логистика как практическая деятельность устойчиво заняла свою нишу в управлении современными предприятиями. Логистика имеет большое значение для клиентов, поставщиков предприятия, его владельцев и акционеров. Логистика координирует все структуры предприятия (направление, упорядочение и распределение продукции от производителя до конечного потребителя, учитывая рентабель-

ность, результативность, производительность).

Длительное время роль логистики в розничной торговле недооценивалась. В настоящее время ученые и практики отмечают, что логистика, обеспечивая рациональное управление всеми процессами, делает торговые предприятия более эффективными и конкурентоспособными. Все это обуславливает актуальность работы.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение организации коммерческой деятельности предприятия и разработка направлений ее совершенствования.

В соответствии с поставленной целью в работе сформулированы следующие задачи:

- изучить теоретические основы коммерческой деятельности;
- представить организационно-экономическую характеристику организации;
- провести анализ и представить направления совершенствования организации коммерческой деятельности предприятия ИП «Кузьменко».

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является розничное предприятие ИП «Кузьменко».

Предметом исследования является коммерческая деятельность.

Методической основой написания выпускной квалификационной работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа и планирования: относительных и абсолютных величин, экономико-статистических методов, экономико-математического метода, метода технико-экономических расчетов и др. Применение каждого из данных приемов и методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Структура выпускной квалификационной работы сформирована в соответствии с поставленной целью и задачами, а также выбранными способами их решения. Работа состоит из трех глав, введения, заключения и списка использованных источников. Работа содержит 34 таблицы, 12 рисунков и 50 источников используемой литературы.

1 Теоретические основы коммерческой деятельности

1.1 Коммерческая деятельность: роль в экономике, сущность, принципы

Коммерческая деятельность является определяющим фактором функционирования рынка. С одной стороны, коммерция – это область практической деятельности, в рамках которой решаются следующие задачи [34]:

- исследование и прогнозирование рыночного спроса с целью выявления потребностей покупателей;
- изучение и оценка источников поступления товаров (оптовые ярмарки, товарно-сырьевые биржи, аукционы, торговые посредники, товаропроизводители);
- поиск и выбор поставщиков товаров;
- организация хозяйственных связей с поставщиками товаров, в том числе проведение переговоров, заключение договоров, осуществление расчетов за поставку, соблюдение договорных обязательств;
- формирование и поддержание товарного ассортимента на складах и в магазинах;
- управление запасами товаров;
- организация оптовой и розничной продажи товаров;
- рекламно-информационная деятельность.

С другой стороны, коммерческая деятельность представляет собой самостоятельную область знаний, научную и учебную дисциплину, характеризующую организацию коммерческих процессов в сфере товарного обращения и пути эффективного осуществления торговых сделок.

Если обратиться к толкованию понятий «коммерческая деятельность», «торговля», то можно обнаружить много общих черт. В самом широком смысле под коммерцией понимается «любая предпринимательская деятельность юридических, а также физических лиц по осуществлению операций купли-продажи товаров и оказанию услуг с целью удовлетворения спроса на товары и

услуги и получения прибыли» [11, с. 41].

Впервые понятие «коммерческая деятельность» было сформулировано Гарвардской школой управления коммерческой деятельностью в 1958 году. Классическое определение гласит: «коммерческая деятельность существует для удовлетворения с прибылью потребительских требований» [17, с. 18].

Коммерческая деятельность торговой организации предусматривает выполнение комплекса торгово-организационных операций и управление ими. Она базируется на теоретических и практических знаниях вопросов организации и техники осуществления коммерческих операций [16].

М.А. Федорова включает в состав коммерческой деятельности торговых предприятий как вопросы организации торгово-технологических операций, так и процесс управления ими со стороны специально созданных коммерческих служб такого предприятия [47].

С.Н. Виноградова рассматривает вопросы организации коммерческой работы и дает определение применительно к условиям административно-командной системы. Однако эти определения не отвечают современным требованиям и не отражают сущности коммерческой работы, ее целей и задач в условиях рыночной экономики [17, с. 19].

Другие ученые определяют коммерческую деятельность в условиях рыночной экономики как совокупность элементов торговой деятельности, направленной на получение доходов. Так, Л.В. Балабанова считает, что коммерческая деятельность – это совокупность элементов торговой деятельности, направленной на получение доходов.

Можно согласиться с мнением Кирюхиной А. Н. о том, что «содержание основ коммерческой деятельности включает направления закупки материально-технических ресурсов и; планирование ассортимента и сбыта продукции на предприятиях; выбор наилучшего партнера в коммерческой деятельности; организацию продажи товаров и коммерческое посредничество, а также розничную торговлю как форму коммерческо- посреднической деятельности» [30].

То есть коммерческая деятельность предприятия состоит из целого ряда торгово-организационных операций и управления ими. Основой осуществления данной деятельности являются теоретические и практические знания об организации и техники осуществления торговых операций [25].

В ряде источников говорят не о коммерческой деятельности, а о коммерческой работе. Многие исследователи считают эти термины синонимами, что не совсем правильно. Так, например, П.И. Вахрин определяет коммерческую работу как основанную на хозяйственном расчете деятельность торговых предприятий, связанную с отношением торгового обмена и организацией доведения товаров от производств до сферы потребления в целях удовлетворения платежеспособного спроса. В представленном выше определении прослеживается только социальная цель коммерческой работы и отсутствует экономическая, т. е. получение прибыли. Кроме того, данное определение грешит не полнотой, поскольку коммерческой работой могут заниматься не только торговые предприятия, но и предприятия промышленности и оказания услуг. Представляется определить коммерческую работу более узко, как совокупность действий работников коммерческих подразделений предприятий по реализации коммерческих целей предприятия.

Операционный подход к коммерческой деятельности прослеживается и в других исследованиях. Так, например, по мнению Л.М. Осиповой и И.М. Синяевой, «коммерческая деятельность – это комплекс операций организаций по исследованию рынков, ведению рекламы, вступлению в договорные отношения с посредниками, банками и т. д.» [38, с. 16]. Неполнота данного определения видится в отсутствии указания на цель коммерческой деятельности. Во всех коммерческая деятельность осуществляется, прежде всего, с целью получения прибыли. Остальные цели – социальные, управленческие, организационные в коммерческой деятельности вторичны и вытекают из финансовой цели.

Эффективно поставленная и организованная коммерческая деятельность многими исследователями рассматривается как фактор повышения конкуренто-

способности торговой организации [13, с. 21].

Так, например, И.В. Кондраков считает, что в силу динамики конкурентной среды многим предпринимательским структурам следует уделять больше внимания совершенствованию элементов коммерческой деятельности.

Между тем, при определении коммерческой деятельности представляется более правильным говорить о коммерческой работе как о деятельности, направленной на получение прибыли, так как доходы не отражают финансового состояния предприятия.

Коммерческая деятельность – это вид предпринимательской деятельности [31]. «Коммерция» в переводе с латинского языка означает «торговля», но является понятием более широким.

Коммерческая деятельность направлена на организацию актов купли-продажи с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей покупателей.

В современной литературе часто смешивают понятия: предпринимательство, коммерческая деятельность и торговля, что необоснованно, так как каждое из этих понятий имеет свою область применения [47, с. 113].

Предпринимательство – это организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход. Предприниматель создает предприятие и осуществляет текущее управление его хозяйственной деятельностью.

Коммерческая деятельность – более узкое понятие, то есть одна из сторон предпринимательской деятельности [44].

В сравнении с торговлей, коммерческая деятельность понятие экономически более широкое и представляет собой обширную сферу деятельности предприятий, направленную на организацию процессов купли-продажи товаров. В основе торговли всегда лежит коммерческая деятельность, но не все виды коммерческой деятельности сводятся только к торговле.

Из этого вытекает, что коммерческая работа в сфере товарного обраще-

ния понятие более широкое, чем простая купля-продажа товара. Чтобы акт купли-продажи состоялся, специалисту коммерции необходимо изучить спрос населения и рынок сбыта товаров, наладить с поставщиками и покупателями хозяйственные связи, организовать транспортировку товаров, а также рекламно-информационную работу по сбыту или продаже товаров.

Основной целью коммерческой деятельности является обеспечение максимальной выгодности коммерческих операций при удовлетворении потребностей покупателей [22].

Коммерческая деятельность является определяющим фактором функционирования рынка. С одной стороны, коммерция – это область практической деятельности, в рамках которой решаются следующие задачи [34, с. 10]:

- исследование и прогнозирование рыночного спроса с целью выявления потребностей покупателей;
- изучение и оценка источников поступления товаров (оптовые ярмарки, товарно-сырьевые биржи, аукционы, торговые посредники, товаропроизводители);
- поиск и выбор поставщиков товаров;
- организация хозяйственных связей с поставщиками товаров, в том числе проведение переговоров, заключение договоров, осуществление расчетов за поставку, соблюдение договорных обязательств;
- формирование и поддержание товарного ассортимента на складах и в магазинах;
- управление запасами товаров;
- организация оптовой и розничной продажи товаров;
- рекламно-информационная деятельность.

С другой стороны, коммерческая деятельность представляет собой самостоятельную область знаний, научную и учебную дисциплину, характеризующую организацию коммерческих процессов в сфере товарного обращения и пути эффективного осуществления торговых сделок.

Рыночные отношения открыли широкий простор инициативе и самостоятельности торговых работников. Без этих качеств в современных условиях нельзя успешно осуществлять коммерческую работу.

В специалистах коммерции высоко ценятся коммерческая инициатива, предприимчивость, искусство продать товар, способность к анализу коммерческой деятельности предприятия.

В состав коммерческих служб входят торговые отделы, отделы по изучению спроса или конъюнктуры торговли, коммерческие павильоны оптовых баз, залы товарных образцов и другие торговые подразделения предприятий (организаций). Одним из современных направлений развития коммерческой службы торговых предприятий становится категорийный менеджмент [35, с. 14].

В настоящее время качество коммерческой работы зависит от умения активно осуществлять поиск товаров, необходимых потребителям, заинтересовывать промышленные предприятия в изготовлении нужных населению товаров [46].

Сущность коммерческой деятельности торговых организаций по большому счету сводится к выполнению торгово-посреднических операций и мер по продвижению и сбыту товара и доведению его до конечного потребителя (если брать сферу розничной торговли) и до розничных продавцов (если брать сферу оптовой торговли) [28, с. 132].

Коммерческая деятельность предприятий подчиняется определенным принципам, которые необходимо учитывать для достижения поставленных целей [41].

К ним относятся:

- ориентация на покупателя: любое торговое предприятие существует благодаря наличию покупателей и служит удовлетворению их потребностей, поэтому для успешной деятельности на рынке необходимо изучать спрос, учитывать покупательские предпочтения и обеспечивать высокий уровень обслуживания;

- гибкость: в коммерческой деятельности должна осуществляться адекватная реакция на изменение рыночных условий, что позволяет обеспечивать успешность торговых сделок и устойчивые позиции предприятия
- оптимальность: при осуществлении коммерческой деятельности необходимо стремиться к принятию оптимальных коммерческих решений (при выборе поставщиков, формировании ассортимента, создании товарного запаса и т. д.);
- прибыльность, доходность: в результате коммерческой деятельности должен обеспечиваться желаемый уровень прибыли;
- соблюдение действующего законодательства, договорной дисциплины, требований деловой этики: цивилизованный торговый бизнес предполагает деятельность в рамках закона, формирование отношений с партнерами на взаимовыгодной основе, добросовестное исполнение договорных обязательств, честность при заключении торговых сделок;
- внедрение новых технологий: для совершенствования коммерческой деятельности необходимо использовать современные методы продажи товаров, стремиться к компьютеризации коммерческих операций.

1.2 Содержание и функции коммерческой деятельности

Теория коммерческой деятельности, базирующаяся на экономических законах рынка, ориентирована на их познание, установление основных положений коммерческой деятельности, выявление факторов и ориентиров развития коммерческого дела [11].

В общем виде коммерческая деятельность на торговых предприятиях включает следующие функциональные задачи:

- закупка товарных ресурсов, коммерческое приобретение;
- планирование объемов закупки товаров с учетом намечаемого уровня прибыли;
- планирование ассортимента и реализации товаров;
- организация продажи товаров (рис. 1).



Рисунок 1 – Функциональные задачи коммерческой деятельности торгового предприятия [45, с. 7]

Все функции коммерческой деятельности условно делятся на две группы.

Непосредственно приносящих прибавочную стоимость:

- реализация товаров;
- оказание дополнительных услуги;
- осуществление экспортно-импортные операции;
- маневрирование товарные ресурсы;
- реклама товаров и услуги;
- проведение правовая и претензионной работа.

Участвующие в формирование доходов:

- изучение рынка и его конъюнктуры;
- формирования и предоставления заявок;
- закупка товара;
- формирование торгового ассортиментом;
- воздействие на промышленности (улучшение качества, расширение ассортимента);
- установление хозяйственные связи;
- организация и проведение ярмарки;

- изыскание дополнительных товарных ресурсов.

Осуществление перечисленных функций зависит от уровня коммерческой работы данной фирмы, от квалификации работников, их инициативности и предприимчивости [32].

Функции логистических служб торгового предприятия могут быть следующими [33]:

- отдел закупок: поиск партнеров и формирование рациональных хозяйственных связей по закупкам, в том числе организация коммуникаций с поставщиками: оценка конъюнктуры рынка предложения; выбор оптимальной модели и условий закупок, в том числе определение оптимального уровня обслуживания, определение цены закупки; разработка оптимальной схемы, сроков условий, порядка и валюты расчетов, контроль оплаты за поставленные на фирму ТМЦ; юридическая экспертиза закупочной деятельности, в том числе претензионная работа; оценка экономической эффективности процесса закупок;
- транспортный отдел: расчет потребности в транспорте; определение параметров транспортировки, разработка оптимальных схем движения транспортных средств, маршрутизация; выбор вида и типа транспортных средств, перевозчика; заключение договора на потребление транспортных услуг, разработки требований к транспортной таре, погрузочно-разгрузочным операциям; определение потребности в экспедиторских услугах; диспетчеризация транспортного потока; определение особых условий транспортировки (переадресовка, страховка, режим и физические условия транспортировки и др.);
- служба продажи: поиск потребителей, организация коммуникаций с потребителями; оценка конъюнктуры спроса; разработка оптимальных условий поставки, расчет цены поставки; разработка сервисной политики, организация оптимального логистического обслуживания потребителей; проектирование оптимальных схем расчетов, определение сроков, условий, порядка, валюты платежа; контроль своевременности оплаты поставки

потребителями; юридическая экспертиза поставочной деятельности, в том числе претензионная работа; оценка экономической эффективности поставок;

- складское хозяйство: организация погрузочно-разгрузочных работ; осуществление качественной и количественной приемки груза; разработка технологических карт внутрискладского перемещения транспорта и единиц хранения, размещение поступившей товарной массы в местах складирования и хранения; управление запасами; подготовка продукции и производственному потреблению.

Логистика поддерживает устойчивость торгового предприятия на рынке, оптимизирует функции закупки, транспортировки, хранения запасов [37]. Рационально управляя процессами закупки товаров, доставкой товаров в розничное торговое предприятие, запасами товаров, логистика способствует экономии издержек обращения, снижению цены товаров, повышению рентабельности бизнеса [27].

Применение логистики повышает эффективность товародвижения за счет сокращения транспортных расходов; ускорения оборачиваемости денежных средств, вложенных в товарные запасы; а также применения современных информационных технологий.

Выполнение функций управления коммерческой деятельностью всегда требует определенных затрат времени и сил, в результате которых управляемый объект приводится в заданное или желаемое состояние. Это и составляет основное содержание понятия «процесса управления коммерческой организацией». Под ним понимается определенная совокупность управленческих действий, которые логично связываются друг с другом, чтобы обеспечить достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» в продукцию или услуги на «выходе» системы [12].

Грамотная организация коммерческой деятельности позволяет предприятию быть нечто большим, чем суммой его отдельных компонентов - капитала и сотрудников.

1.3 Подходы к оценке эффективности коммерческой деятельности предприятия

Одной из первостепенных задач коммерческих организаций в условиях рыночных отношений является рост эффективности их функционирования.

Необходимо рассматривать потребителя в качестве равноправного участника коммерческой деятельности. Основными участниками коммерческой деятельности являются не только предпринимательские структуры, но и потребители (участие которых в лимитно-распределительной экономике было слабым). Это установление основано на том, что для предпринимателей важнейшим фактором при заключении сделок является доход (экономическая выгода), а для потребителей выгодой является нужный ему товар (услуга), если он в большей степени удовлетворяет его потребности (потребительские интересы).

Эффективность является результативным параметром транспортно-логистических процессов. Существует множество общих подходов к оценке эффективности процессов. Первоначально эффект можно определить, как результат каких-либо причин, действий. Понятие экономического эффекта связано с определением разницы между результатами деятельности и затратами на достижение этих результатов.

С.А. Бубновым был предложен следующий алгоритм оценки проектирования транспортно-логистического процесса (ТЛП) на основе SCOR-модели [15]. Эталонная модель логистических систем состоит из 5 стандартных процессов: планирование (P); закупка (S); производство (M); поставка (D); возврат (R).

По мнению С.А. Бубнова вопросы управления цепью поставок на сегодняшний день в основном можно решить за счет дружественных или принудительных поглощений участников цепи поставок, и предлагает методику по управлению процессами логистики в цепях поставок с помощью управляемого ассоциативного взаимодействия для достижения целей всех контрагентов, в условиях партнерства и самостоятельности. Этот подход в нас-

тоящее время весьма актуален.

Специалисты отмечают, что принципиальное отличие методики проектирования ассоциативного взаимодействия логистических систем заключается в ориентации на передовые требования к логистическим системам всех участников процесса. В качестве методики предлагается проведение совместных совещаний по согласованию целей логистической деятельности и осуществлению выбора потенциальных партнеров (этапы 1 и 2). Отмечается, что в каждом конкретном случае набор критериев для выбора партнера специфичен, предлагается таблица для анализа партнеров. Затем предлагается провести оценку текущего состояния системы. Надо отметить, что данный этап присутствует почти во всех методиках управления эффективностью транспортно-логистических процессов и систем. Базовым методом оценки избирается экспертный метод через структуру совета логистического центра (ЛЦ). Управляющим советом, чаще всего, является генеральный директор предприятия – инициатор изменений. В аналитическом отделе находятся логисты, напрямую подчиняющиеся начальнику отдела, а функционально – руководителю службы логистики организации, в котором они работают. Внешними консультантами являются представители консалтинговых фирм, занимающихся сопровождением проекта. Экспертами могут быть сторонние специалисты. Критерии оценки эффективности внедрения методики проектирования ориентированы на SCOR-модель. Однако эти параметры применимы к оценке логистического менеджмента компании и не могут в полной мере соответствовать целям исследования транспортно-логистических процессов в регионе по нескольким причинам [21]:

1) эти показатели не описывают эффективность взаимосвязей между результатами, к которым относятся показатели внешней (региональной) среды на уровне макросреды, и параметрами процесса;

2) данные показатели не в полной мере отражают главные принципы логистики: «точно вовремя», «соответствие заказа поставке», «соответствие качества»;

3) применительно к территории принцип минимизации затрат упрощен на уровне только затрат на логистику, в то время как затраты по управлению общественным сектором на территории предполагают инвестирование функционирования транспортной структуры, инвестирование систем искусственного интеллекта, сферы жилищно-коммунального хозяйства, что само по себе предполагает высокий уровень затрат.

Для начала необходимо классифицировать подходы к измерению эффективности логистики на территориальном уровне по целям исследования. Предлагается следующая классификация [29]:

- 1) измерение параметров эффективности потоковых процессов в логистике;
- 2) измерение эффективности методов управления логистическим процессом;
- 3) измерение эффективности логистической стратегии;
- 4) измерение несоответствий результатов.

В рамках проведения этой оценки вычисляют ряд взаимосвязанных показателей, не только необходимых для организации транспортно-логистических операций (погрузка-разгрузка, хранение, складирование, транспортировка), но и важных с точки зрения обеспечения безопасности этих операций.

В области грузовых перевозок понятие «качество» связано с измерением таких параметров транспортно-логистического процесса, как: соблюдение даты поставки, обеспечение сохранности груза, соблюдение комплексности обслуживания, наличие доставки «от двери до двери» [50].

В целях реализации метода выбирают систему оценки эффективности на основе базовых индикаторов процесса.

В качестве таких систем обычно рассматривают систему «4C» и систему «SMART».

Система «4C» основана на таких критериях, как:

- комплексность;

- полнота;
- четкость;
- непротиворечивость.

Существует система оценки эффективности «SMART», которая основана на таких принципах подбора индикаторов, как конкретность, измеримость, релевантность, достижимость, учет времени. Данная система критериев для подбора индикаторов контроля за транспортно-логистическим процессом нам кажется наиболее приемлемой.

На основе измерения эффективности потоковых процессов становится возможным создание банка данных, который бы позволил регулярно измерять динамику представленных на схеме относительных показателей. Отрицательная динамика свидетельствует о недостаточной организации или недостаточной технической оснащённости транспортно-логистических процессов [43]. Поскольку транспортно-логистический процесс охватывает материальные, финансовые, информационные потоки, то понятие его надежности и безопасности также будет сопряжено с понятием «эффективность процесса».

Кратко определения эффективности и методику расчета показателей эффектов можно представить [48] в виде таблицы 1.

Таблица 1– Определение эффективности и методики расчета показателей эффекта

Понятие, показатель	Характеристика	Формула для расчета	Смысловое значение
А	Б	В	Г
Эффект	Результат (или следствие) каких-либо причин, действий	Отношение числа достигнутых целей к поставленным	Имеет стратегическое значение и показывает степень достижения результата
Экономический эффект	Разница между результатами какой-либо деятельности	$\text{Э} = \text{Р} - \text{З}$	Показывает величину экономии денежных средств, полученной в результате использования новой методики управления потоковым процессом
Эффективность	Соотношение между зада-	$\text{Элс} = (\text{Р} - \text{З}) / \text{З}$	Удельная величина

А	Б	В	Г
логистической системы	нным (целевым) показателем результата функционирования логистической системы и фактически реализованным		эффекта,приходящегося на единицу получаемых результатов
Эффективность	Мера полноты и качества решения задачи, устанавливаемая перед управляющей системой, осуществления системой своего предназначения	$Эф = \text{результат} / \text{затраты}$	Результат, полученный на единицу затрат
Удельная эффективность затрат	Отражает величину экономического эффекта на 1 рубль полученного результата	$Уэ = \text{затраты} / \text{результат}$	Удельная величина затрат, приходящаяся на единицу полученного результата
Статистическая эффективность	Эффективность функционирования логистической системы во внешней среде без дополнительного роста	Формула выбирается в соответствии с результатами цели функционирования системы	Показывает текущее состояние логистической системы, т.е. решение вопросов тактики
Динамическая эффективность	Эффективность развития логистической системы, обеспечивающая ее надежность, безопасность и качество в долгосрочной перспективе	$Эр = Н * Б * К$	Формула формируется как интегрированный показатель, объединяющий перечисленные показатели

Применительно к обеспечению безопасности транспортно-логистических процессов транспортировки применяют показатели:

- 1) подчиненность единому критерию «безопасность»;
- 2) наличие всех необходимых в системе видов показателей (результата, процесса, влияния, конечного эффекта);
- 3) непротиворечивость этих показателей и возможность объединения в один интегрированный индекс. Условно называется этот индекс интегральным показателем безопасности ТЛП транспортировки в регионе.

Также в качестве индикаторов оценочной деятельности могут быть использованы и другие показатели:

- 1) показатели входящих ресурсов – квалифицированный кадровый состав, количество постоянных грузоотправителей, темп роста объема перевозимого груза;

2) показатели процессов – сроки перевозки, количество выдержанных сроков отправления или поставки;

3) показатели непосредственных результатов – снижение количества аварий и других происшествий в пунктах отправления, назначения, в процессе перемещения грузов;

4) показатели конечных эффектов – рост удовлетворенности грузоотправителей и пассажиров организацией перевозок;

5) показатели влияния – рост доверия населения к действиям руководства, что свидетельствует об эффективности политики управления в области естественных монополий [49].

Для планирования, учета и анализа работы подвижного состава грузового автомобильного транспорта применяется система показателей, позволяющая оценивать степень эффективности использования подвижного состава и результаты его работы.

Объемными показателями работы автомобильного транспорта являются выполненный объем перевозок в тоннах и грузооборот в тоннокилометрах. Показатель, характеризующий среднее расстояние перевозки 1 т груза:

$$L_q = P/Q, \quad (1)$$

где P – грузооборот, ткм;

Q – выполненный объем перевозок, т.

Основными технико-экономическими показателями работы транспорта являются себестоимость перевозок и производительность труда.

Себестоимость грузовых или пассажирских перевозок определяется величиной эксплуатационных затрат, приходящихся на единицу транспортной продукции:

$$C = 3Э / P, \quad (2)$$

где $3Э$ – эксплуатационные затраты;

P – транспортная работа, ткм.

Себестоимость перевозок является обобщающим показателем работы транспорта, представляющим собой затраты на выполнение единицы транспортной продукции. Таким образом, для определения себестоимости грузовых перевозок необходимо затраты, связанные с осуществлением транспортной работы за определенный период, разделить на выполненную за то же время транспортную работу, т. е.:

$$C = Z/P \quad (3)$$

В полную себестоимость автомобильных перевозок грузов входят затраты на транспортирование, учитываемые предприятием, на подготовку груза к перевозке, на погрузочно-разгрузочные работы, а также дорожная составляющая.

Оценка результатов деятельности предприятия выполняется для предприятия в целом или отдельных его структурных единиц, охватывает определенный календарный период и связана, как правило, с подготовкой обязательных бухгалтерских и финансовых отчетов. Оценка направлена, прежде всего, на анализ прибылей и убытков, при этом учитываются все общепроизводственные и непроизводственные издержки, распределяемые, по соответствующим статьям затрат.

Экономическая оценка различных видов деятельности, отдельных услуг или транспортных операций оказывается при этом затруднительной или невозможной, поэтому данные общей финансовой отчетности редко применяются при расчетах эффективности транспортного обеспечения логистики, поэтому необходимы средства оценивая эффективности транспортно-логистической деятельности.

Логистические издержки (logistical costs) –затраты на выполнение логистических операций; включают в себя издержки обращения и часть издержек производства. Логистические издержки представляют собой затраты трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов,

обусловленные выполнением предприятиями своих функций по выполнению заказов потребителей [37].

Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий необходима при планировании хозяйственной деятельности, выявлении причин невыполнения плановых заданий, изыскании резервов повышения эффективности работы предприятия, определении стратегии его развития. Оценка коммерческой деятельности дает представление об адаптации предприятия к рыночным условиям, позволяет не только выработать стратегию и тактику поведения торговых предприятий, но и повысить эффективность управления ими на уровне территории. Ее применение позволяет хозяйствующим субъектам определять слабые и сильные стороны торговой деятельности и сконцентрировать все условия на направлениях, являющихся наиболее перспективными и доходными [34].

Правильная организация логистики приносит предприятию следующие выгоды: повышение эффективности производства; сокращение потерь рабочего времени; сокращение затрат труда; повышение рентабельности производства предприятия. Необходима разработка стратегии развития системы логистики предприятия и включение ее в стратегию развития в качестве полноценной составляющей.

Эффективность управления коммерческой деятельностью оценивается прежде всего с позиции качества обслуживания клиентов и рентабельности предприятий. Составляющие эффективности управления во многом зависят от организации коммерческой деятельности и ее результатов, так как при осуществлении коммерческих операций формируются товарооборот, доходы предприятия, ассортимент товаров, проверяется их качество. Анализируя влияние коммерческой деятельности на экономические результаты, можно сделать вывод, что рентабельность выше у тех торговых предприятий, которые имеют широкий ассортимент товаров, высокую товарооборачиваемость, отлаженные хозяйственные связи и наращивают темпы розничного товарооборота, улучшают работу с покупателями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 13.05.2004) (вместе с «Протоколом [N 1]» (Подписан в г. Париже 20.03.1952), «Протоколом N 4 об обеспечении некоторых прав и свобод помимо тех, которые уже включены в Конвенцию и первый Протокол к ней» (Подписан в г. Страсбурге 16.09.1963), «Протоколом N 7» (Подписан в г. Страсбурге 22.11.1984))[Электронный ресурс] // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru..>

2. Конституция Российской Федерации: текст с изменениями и дополнениями на 2018 год. - Москва : Эксмо, 2018. - 64 с.

3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ ред. от 05.02.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

4. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 05.08.2000 N 117-ФЗ ред. от 04.06.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

5. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 31.07.1998 N 146-ФЗ ред. от 19.02.2018// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994 N 51-ФЗ ред. от 23.05.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

7. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ ред. от 03.07.2016 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

8. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ ред. от 27.11.2017 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

9. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 ред. от 18.04.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

10. О развитии малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае [Электронный ресурс] : закон Красноярского края от 04.12.2008 N 7-2528 (ред. от 08.12.2016) // Официальный портал Красноярского края. - Режим доступа : <http://krskstate.ru/>.

11. Абчук, В. А. Коммерция: учебник / В. А. Абчук. - Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2011. - 475 с.

12. Ананских, А. А. Управление коммерческой деятельностью предприятия / А. А. Ананских, Д. Е. Алтухов // Сборник научных трудов, посвященный 85-летию Мичуринского государственного аграрного университета: в 4 т. Мичуринск, 2016. - С. 18-20.

13. Бондарькова, О. А. Система управления коммерческой деятельностью предприятий торговли / О. А. Бондарькова // Молодой ученый. - 2017. - № 9. - С. 20-25.

14. Бросалин, В. И. Современные проблемы организации товародвижения / В. И. Бросалин // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - 5 (39) - С. 6-14.

15. Бубнов, С. А. Методика проектирования логистических предприятий на основе концепции RCM [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://bestlog.su/public/4.pdf>.

16. Виничук, О. Ю. Значение анализа деятельности предприятия в управлении его бизнес процессами: рекомендации к проведению / О. Ю. Виничук, А. П. Захарова // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 8 (49). - С 305-306.

17. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие / С. Н. Виноградова. - Москва : Финансы и статистика, 2016. - 180 с.
18. Виноградов, А. С. Проблемы логистики / А. С. Виноградов // Маркетолог. - 2013. - № 3. - С. 5-15.
19. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 484 с.
20. Галустян, Э. Ю. Управление коммерческой деятельностью хозяйственного предприятия / Э. Ю. Галустян // Аллея науки. - 2017. - Т.2. - № 8. - С. 432-437.
21. Герами, В. Д. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Д. Герами, А. В. Колик. - Москва : Юрайт, 2014. - 510 с.
22. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговых процессов : учебное пособие / Л. П. Дашков. - Москва : Маркетинг, 2015. - 389 с.
23. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 688 с.
24. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 456 с.
25. Драгилева, Л. Ю. Оценка наличия предприятий розничной торговли в Приморском крае / Л. Ю. Драгилева, О. И. Гильгерт // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2014. - № 4. - С. 141-143.
26. Золотарева, Г. М. Теоретико-методические аспекты изучения и анализа конкурентоспособности организации в современных условиях / Г. М. Золотарева, М. Н. Смагина // Научный альманах. - 2015. - № 8. - С. 161-172.
27. Калиничева В. Н. Логистика как инструмент достижения конкурентного преимущества предприятия торговли / В. Н. Калиничева // Вестник образовательного консорциума среднерусский университет. Серия: экономика и управление. - 2015. - № 5. - С. 81-84.

28. Карпович, А. И. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления / А. И. Карпович, Н. А. Томилова // Наука вчера, сегодня, завтра. - 2016. - № 9 (31). - С. 131-139.
29. Каточков, В. М. Методологические подходы к формированию системы управления коммерческой деятельностью промышленных предприятий на основе логистики: Монография / В. М. Каточков, Г. М. Грейз, И.Ю. Окольников. – Челябинск: ЮУрГУ, 2013. - 89 с.
30. Кирюхина, А. Н. Коммерческая деятельность: учебное пособие / А. Н. Кирюхина.- Кемерово: КТИПП, 2011. - 132 с.
31. Козлова, А. А. Коммерческая деятельность и функции маркетинга в торговле / А. А. Козлова // Актуальные проблемы экономики современной России. - 2016. - № 3. - С. 355-360.
32. Коник, Н. В. Организация и проектирование предприятий торговли: учебное пособие / Н. В. Коник. -Москва : Альфа-М, 2014. - 301 с.
33. Левкин, Г. Г. Коммерческая логистика : учеб. пособие для вузов / Г. Г. Левкин. - 2-е изд., испр. и доп. -Москва : Юрайт, 2017. - 375 с.
34. Левкин, Г. Г. Основы коммерции : конспект лекций / Г. Г. Левкин. - Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 109 с.
35. Левкин, Г. Г. Основы логистики: учебник / Г. Г. Левкин, А. М. Попович.-Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 387 с.
36. Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности: монография / Г. В. Маклаков. -Москва : Дашков и К°, 2016. - 232 с.
37. Мельников, В. П. Логистика : учебник /В. П. Мельников, А. Г. Схирладзе, А. К. Антонюк. - Москва : Юрайт, 2014. - 288 с.
38. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности : Практикум / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. -Москва : Юнити, 2014. - 364 с.
39. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. -Москва : Дашков и К°, 2015. - 500 с.
40. Панкратов, Ф. Г. Организация и технология торговых процессов : учебник / Ф. Г. Панкратов. -Москва : Экономика, 2013. - 304 с.

41. Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия: учебное пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко.- Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 256 с.
42. Портнова, Д. С. Роль и значение логистики в деятельности предприятия / Д. С. Портнова // Nauka-rastudent.ru. - 2015. - № 06 (18) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/18/2729/>.
43. Системы, технологии и организация услуг в автомобильном сервисе : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / под ред. А.Н. Ременцова, Ю. Н. Фролова. -Москва : Академия, 2013. - 480 с.
44. Синяева, И. М. Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, С. В. Земляк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 506 с.
45. Организационно-экономические аспекты управления сбытовой деятельностью предприятия оптовой торговли : монография / Л. Т. Снитко [и др.]. - Казань : Бук, 2017. - 106 с.
46. Томилова, Н. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления / Н. А. Томилова, А. И. Карпович // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 9(31). - Новосибирск: СибАК, 2016. - С. 131-139.
47. Федорова, М. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления / М. А. Федорова // Социально-экономические явления и процессы. - 2014. - № 10 (Том 9). - С. 110-114.
48. Фрейдман, О. А. Управление транспортно-логистическими системами и процессами : монография / О. А. Фрейдман. - Иркутск: ИрГУПС, 2013. - 166 с.
49. Шамис, В. А. Анализ показателей эффективности транспортно-логистических процессов / В. А. Шамис, М. С. Мочалин // Современная техника и технологии. - 2016. - № 12. - Ч. 1 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [<http://technology.snauka.ru/2016/12/10903>].

50. Ямбаева, Н. С. Менеджмент качества сервиса как основа устойчивости предприятия / Н. С. Ямбаева // Студенческая наука и XXI век. - 2016. - № 13. - С. 251-254.

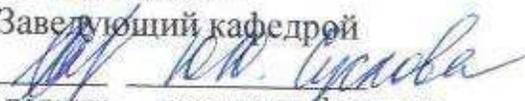
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово – экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

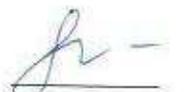

подпись инициалы, фамилия
« 16 » 06 20 18 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.06. Торговое дело

на тему: Организация коммерческой деятельности и ее совершенствование

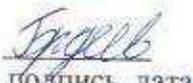
Руководитель


подпись, дата

доцент, канд. техн. наук
должность, ученая степень

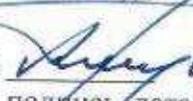
Е.А. Нечушкина
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

Б.С. Гордеев
инициалы, фамилия

Нормоконтролер


подпись, дата

канд. экон. наук, доцент

А. В. Волошин
инициалы, фамилия

Красноярск 2018