

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Ю.Ю. Суслова  
подпись инициалы, фамилия  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

**Повышение эффективности коммерческой деятельности торгового  
предприятия**

Руководитель	_____	доцент, канд.экон.наук	<u>А.В. Волошин</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____	ЭУ15-03Б-К	<u>М.А. Фахуртдинова</u>
	подпись, дата	группа	инициалы, фамилия
Нормоконтролер	_____	доцент, канд.экон.наук	<u>А.В. Волошин</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	5
1.1 Сущность и содержание коммерческой деятельности .....	5
1.2 Эффективность коммерческой деятельности: сущность и факторы .	14
1.3 Показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия .....	18
1.4 Механизм управления коммерческой деятельностью торгового предприятия .....	24
2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ТОРГОВЫЙ ДОМ «ШИНОТОРГ» .....	32
2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ООО Торговый Дом «Шиноторг» .....	32
2.2 Анализ структуры и динамики товарооборота ООО Торговый Дом «Шиноторг» .....	44
2.3 Анализ показателей коммерческой деятельности ООО Торговый Дом «Шиноторг» .....	51
3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ТОРГОВЫЙ ДОМ «ШИНОТОРГ» .....	60
3.1 Мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности ООО Торговый Дом «Шиноторг» .....	60
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий .....	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ А: Устав предприятия .....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Б: Бухгалтерский баланс .....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ В: Отчет о финансовых результатах .....	93

## ВВЕДЕНИЕ

Для торгового предприятия в современных условиях его существования важна эффективность деятельности с целью удовлетворения потребностей покупателей (для посещающих сегментов), получения прибыли (для собственников предприятия).

Одна из разновидностей эффективности предприятия – эффективность коммерческой деятельности, позволяющая оценить, насколько эффективно исполняются функции коммерческой деятельности, увеличиваются ли в динамике критерии и показатели эффективности.

Изучение эффективности коммерческой деятельности необходимо в силу получения данных о рентабельности данной деятельности, усиления конкурентных преимуществ на потребительском рынке, роста общей и экономической видов эффективности, связанных с эффективностью коммерческой деятельности, что и определяет актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели, в выпускной квалификационной работе были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты и раскрыть сущность и содержание коммерческой деятельности; сущность, факторы и показатели эффективности коммерческой деятельности, а также механизм управления коммерческой деятельностью торгового предприятия;

- провести анализ эффективности коммерческой деятельности ООО Торговый Дом «Шиноторг» при помощи отмеченных в теоретической главе – показателей;

– предложить рекомендации по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО Торговый Дом «Шиноторг» на основании полученных во второй главе – информационных данных.

Предметом исследования в выпускной квалификационной работе выступают экономические отношения по поводу повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ООО Торговый Дом (ТД) «Шиноторг».

Теоретической основой написания выпускной квалификационной работы являются: законодательство РФ, труды разнообразных специалистов, в т.ч. работников кафедры СФУ ТЭИ (В.А. Абчук, Л.А. Брагина, С.Н. Виноградовой, Ю.В. Гунякова, В.В. Куимова, О.В. Памбухчиянц, Ф.Г. Панкратова, Ф.М. Половцевой, многих других), публикации на тему проведенного исследования, материалы собственного исследования.

Методологической основой написания выпускной квалификационной работы являются: методы формализации, изучения процессов и явлений, методы анализа и синтеза, методы временные, методы наблюдения, анкетирования, методы обобщения и аналогии, методы группировки и сопоставления и других.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений. В первой главе работы собраны теоретические аспекты эффективности коммерческой деятельности, во второй главе исследована эффективность коммерческой деятельности ООО ТД «Шиноторг», а в третьей главе полученные результаты использованы при разработке рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности исследуемого предприятия.

Общий объем бакалаврской работы – 94 страницы, список литературных источников включает 50 позиций, в работе присутствуют: 28 таблиц, 22 рисунка, 3 приложения.

# **1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **1.1 Сущность и виды коммерческой деятельности**

Рынок выступает в качестве системы экономических отношений между продавцами и покупателями, основой которых выступает купля-продажа, то есть коммерческая деятельность.

Целью коммерческой деятельности служит рост доходов в торговле при условии удовлетворения спроса потребителей.

В условиях рыночной экономики возрастает значение коммерческой деятельности предприятий торговли с целью получения максимальной прибыли для удовлетворения материальных и социальных потребностей работников в целях дальнейшего развития предприятия.

Термин «коммерция» имеет двойственное значение: в одном случае охватывает отрасль торговли, в другом – торговые процессы, которые направлены на активизацию и осуществление купли-продажи товаров. Широкое толкование сущности коммерческой деятельности – это не только торговая деятельность, но и другие виды предпринимательской деятельности [18].

В зарубежных источниках подчеркивается стратегический подход к решению задач коммерции. Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить потребительские требования. А выражением коммерческой деятельности является предприятие торговли [21].

Современное понимание предпринимательства неотделимо от понятия «коммерческая деятельность», которая выступает в качестве основы и, одновременно, служит воплощением предпринимательской деятельности. Большое число исследований, посвященных изучению сущности предпринимательства и коммерческой деятельности, не позволяют определить,

как соотносятся эти категории, какова роль коммерческой деятельности в развитии торговли, и какое место она занимает в системе товарного обращения.

Исследование теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности позволяет выделить позиции следующих авторов: Абчук В.А., Альбеков А.У., Богданова, Ю. Н., Балацкий Е.В., Брагин Л.А., Данько Т.П., Бросалин В.И., Крылова Н.Н., Бунеева, Р.И. , Василенко М.В., Венгерова К. Я., Виноградова С.Н, Воронкова О.В., Вылгина Ю.В., Демченко, Л.И., Каплина, С.А., Коротких И. Ю. , Левкин Г. Г., Молоткова Н.В., Соседов Г.А., Осипова Л.В., Синяева И.М., Памбухчиянц О.В., Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Самигуллин Э.В.

Большинство авторов рассматривает коммерческую деятельность или коммерцию как неотъемлемую часть экономических отношений. По мнению Ю.Н. Богдановой [8], коммерческая деятельность – это обширная сфера оперативно-организационной деятельности, в которой задействованы торговые организации и предприятия, преследующие цель совершенствования процессов купли-продажи товаров с целью удовлетворения спроса населения и получения выгоды.

Некоторые исследователи, О.В. Памбухчиянц, С.А. Каплина, Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина, К. Я. Венгерова, Р.И. Бунеева, Л.И. Демченко, Ю.С. Лекарева [39,23,40,13,11,19], рассматривают в качестве главной цели коммерческой деятельности удовлетворение спроса и получение прибыли. В то же время, они не демонстрируют единства в отношении оценки влияния эффективности коммерческой деятельности субъектов предпринимательства на экономику конкретных рынков, регионов и др. Например, Л.В. Осипова и И.М. Синяева рассматривают коммерческую деятельность как функцию предпринимательства [37].

О.В. Памбухчиянц, в своих работах [39], определяет коммерческую деятельность, как некоторую совокупность торгово-организационных операций, которые выполняются последовательно друг за другом. В то же

время, ряд авторов определяют сущность коммерческой деятельности с правовой точки зрения. В частности, С.А. Каплина [23] рассматривает её как деятельность физических и юридических лиц по осуществлению процесса купли продажи, в результате которого происходит удовлетворение спроса и получение прибыли.

В юриспруденции понятие коммерческая деятельность находит еще одну трактовку, которая используется Л.А. Брагиным: «коммерция – набор действий и условий, обеспечивающих наиболее выгодные условия для каждого из партнеров, ориентированных в первую очередь на интересы и запросы потребителей» [9].

Основой коммерческой деятельности является процесс купли-продажи. К такому заключению пришли практически все теоретики и практики в области экономики. Исходя из этого заключения, А.У. Альбеков трактует понятие коммерческой деятельности как комплекс операций, направленный на обеспечение процесса купли-продажи товаров в сфере товарного обращения [5].

Р.И. Бунеева и К.Я. Венгерова [11, 13] соглашаясь с точкой зрения А.У. Альбекова [5], рассматривают процесс купли-продажи как основу коммерческой деятельности. При этом, К.Я. Венгерова, трактует её сущность, как обширную сферу оперативно-организационной деятельности организации, с характерными для нее закономерностями функционирования.

Демченко Л.И. и Лекарева Ю.С. [19] при определении сущности коммерческой деятельности реализуют системный подход, рассматривая её как сложную оперативно-организационную систему. Главной целью этой системы является обеспечение процессов купли-продажи для полного удовлетворения спроса потребителей, а также получения прибыли, что достигается, в том числе, посредством учета текущих и прогнозируемых рыночных тенденций. Также особенностью коммерческой деятельности является возможность взаимовыгодного сотрудничества среди участников торгового оборота.

Однозначное определение сущности коммерческой деятельности, на сегодняшний день, невозможно в силу продолжающийся дискуссии о соотношении понятий «предпринимательская» и «коммерческая» деятельность. Указанная неопределенность проявляется в работах Ф.Г. Панкратова и Т.К. Серегиной, которые рассматривают предпринимательскую деятельность более широкое понятие. Авторы [40] отмечают, что коммерческая работа это часть предпринимательской деятельности и отличается от неё только тем, что она не охватывает сам процесс производства товара.

О.В. Воронкова [16] также рассматривает коммерческая деятельность как часть исключительно процесса обращения, с ее точки зрения она представляет собой товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса. Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов, Г. Г. Левкин отождествляют понятия коммерческой деятельности и предпринимательства, определяя её сущность как упорядоченную хозяйственную деятельность, направленную на получение прибыли [31, 29].

Однако Ю.В. Вылгина и М.В. Василенко в корне не согласны с предыдущим утверждением. По их мнению, коммерческая деятельность охватывает производство товаров, это обусловлено ее комплексным характером. Также авторы утверждают, что коммерция является основой торговли, однако не стоит относить к торговле любую коммерческую деятельность [17, 12].

Виноградова С.Н. [14], в содержание коммерческой деятельности вкладывает не только комплекс торгово-организационных операций, но и процесс управления товарными потоками с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей покупателей.

Эффективная коммерческая деятельность невозможна без учета рыночного спроса, она предполагает процесс товарного обмена, в результате



которого происходит передача права собственности на товар и удовлетворение потребностей потребителей В.А. Абчук, Е.А. Балацкий [3, 7].

И. Ю. Коротких в своих трудах отмечает, что коммерческая деятельность – понятие более широкое, чем торговля, аргументируя это совершенствованием процессов и операций, непосредственно связанных с реализацией товаров [24]. Однако В.И. Бросалин и Н.Н. Крылова не разделяют данного мнения, противопоставляя ему этимологию слова «коммерция». В своих работах они акцентируют внимание на том, что слово «коммерция» происходит от латинского «*kommercium*», что в переводе означает «торговля» [10]. В работе Э.В. Самигуллина [43] под коммерческой деятельностью подразумевается вся торговая деятельность в целом. Он отмечает, что коммерческая деятельность «сопровождает» товар на протяжении всего жизненного цикла, начиная от оптовой закупки, заканчивая реализацией.

Коммерческая деятельность в законодательстве Российской Федерации представлена в качестве предпринимательской деятельности. Так, в Гражданском Кодексе РФ, в статье 2 отмечено, что предпринимательской является самостоятельная осуществляемая на свой страх и риск деятельность, которая направлена на систематическое получение прибыли [2].

В толковом экономическом словаре коммерция представлена в качестве торгова, торгового оборота [4].

По утверждению В.В. Куимова, коммерческая деятельность предприятия зависит от внешней среды и среды взаимодействия, функционирует в конкурентной среде, при этом выполняя воспроизводящийся динамичный цикл во внутренней среде по постоянной адаптации к изменениям окружающих сред [26].

Группа авторов (Куимов В.В., Гуняков Ю.В., Рубан О.В. и других) считают, что коммерческая деятельность – это система отношений торгово-экономических и торгово-технологических для максимизации взаимовыгоды с целью удовлетворения экономических интересов продавца и покупателя [35].

Таким образом, можно сделать вывод, что коммерческая деятельность – это определенная совокупность торгово-организационных операций, в результате которых реализуется процесс купли-продажи, удовлетворяются потребности рынка. Данная совокупность операций сопровождается условием взаимной выгоды для всех участников сделки, а также учитывает текущую рыночную конъюнктуру.

Сущность коммерческой деятельности торговых организаций в большинстве случаев сводится к выполнению торгово-посреднических операции и мер по продвижению и сбыту товара и доведению его до конечного покупателя (для розничной торговли) и до розничных продавцов (для оптовой торговли) [47].

Коммерческая деятельность предприятий торговли охватывает вопросы изучения спроса населения и рынка сбыта товаров, выявления и изучения источников поступления и поставщиков товаров, организации рациональных хозяйственных связей с поставщиками, включая разработку и представление им заявок и заказов на товары, заключения договоров на поставку товаров, организации учета и контроля за выполнением поставщиками договорных обязательств.

Вместе с тем коммерческую работу в торговле авторы выделяют отдельно и характеризуют ее как обширную сферу оперативно-организационной деятельности торговых организаций и предприятий. Данный подход конкретизирует и предопределяет направленность функций коммерческой деятельности [38].

Коммерческая деятельность становится центральным направлением в многообразной работе предприятий всех отраслей. При этом успешно движутся вперед те из них, которые ассортиментную политику и методы работы с поставщиками и покупателями ставят во главу собственного развития. По мере освоения общих основ развития рынка все более необходимым становится

познание его конкретных процессов. Об этом свидетельствует появление логистики, коммерческого права, коммерческой социологии и других наук [41].

Коммерческая деятельность предприятий торговли характеризуется значительным количеством элементов (рис. 1):



Рисунок 1 – Основные элементы коммерческой деятельности предприятия торговли [21]

Деятельность коммерческая завершает весь процесс товарного производства, и от нее во многом зависит конечный результат работы всего предприятия.

Учитывая особую значимость коммерческой составляющей в общей цепи развития, необходимо исследовать как современные, так и отдаленные процессы анализируемых явлений и выяснить, каким будет и какие ресурсы востребует дальнейшее развитие.

Можно отметить следующие главные принципы развития и соотнести их с развитием коммерческой деятельности:

- многообразии целей предприятий;
- интеграции государственно-муниципальных и общественных интересов с интересами бизнеса, коллективное стимулирование инноваций;
- сети и сетевые технологии совместной деятельности, которые направлены на сокращение времени исполнения, развитие интеграции в сотрудничестве для достижения эффекта синергизма, контрактные сети, интеграционный федерализм [34].

Коммерческая деятельность в современном рыночном пространстве осуществляется в сложном взаимозависимом факторном взаимодействии. Проанализируем условия коммерческой деятельности в предприятии через функционально-средовой подход (рис. 2):

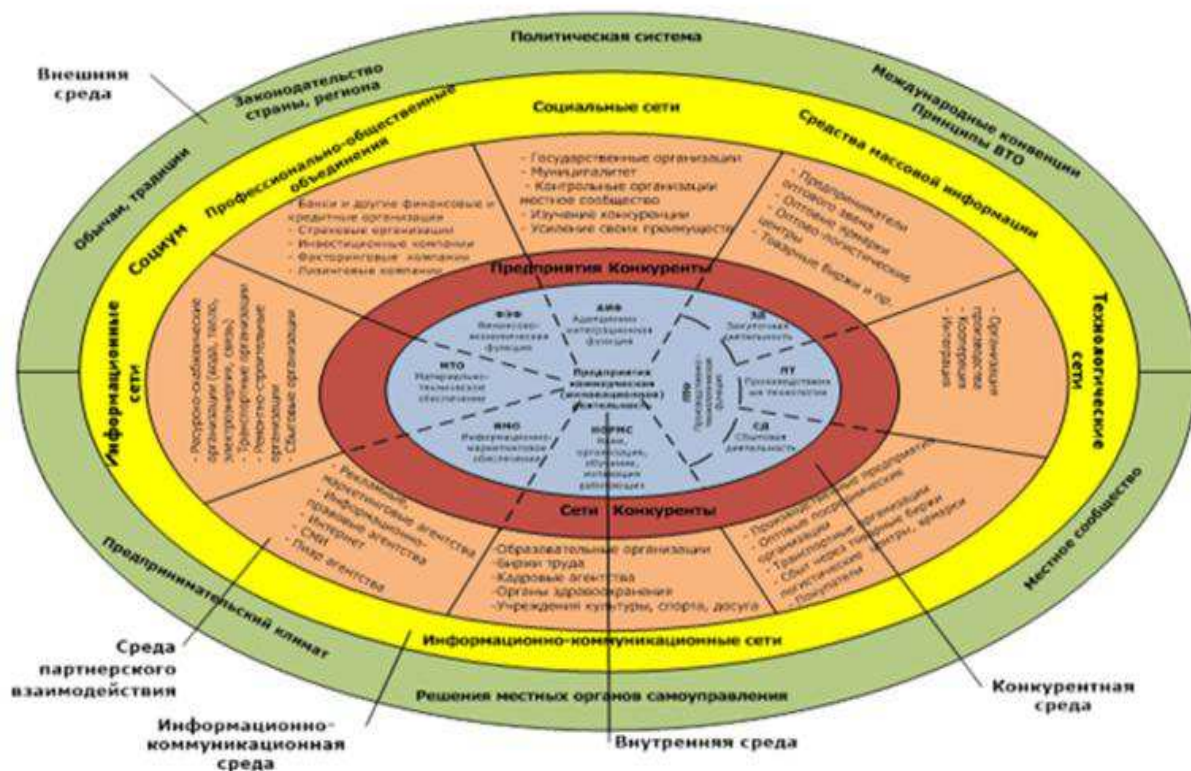


Рисунок 2 – Функционально-средовое взаимодействие в коммерческой деятельности предприятия [34]

Во внутренней среде предприятия каждая из функций осуществляется в качестве нацеленных скоординированных действий подразделений и отдельных работников с целью получения конечных результатов деятельности.

Деятельность предприятия осуществляется во взаимодействии с внешней средой, средой взаимодействия и работает во взаимосвязи с конкурентной средой.

С учетом современных практик управления, следует придерживаться такой классификации функций предприятия:

- адапционная-интеграционная (АИФ), осуществляется руководством организации и ее структурами, включает: соблюдение законодательства, правил, требований, норм сообщества, поддержание престижа предприятия, проведение анализа и сравнения деятельности с другими успешными предприятиями, пр.;

- производственно-технологическая (ПТФ) – выполняется специализированными подразделениями (специалистами), включает: закупку товаров (сырья, полуфабрикатов) необходимого ассортимента, необходимых для производства товаров или продажи (ЗД), организация производственно-технологического процесса (приемка, сортировка, переработка, подготовка к реализации, др.);

- финансово-экономическая (ФЭФ) – выполняется специалистами под контролем руководства предприятия, сюда включены: ведение налоговых расчетов, работа с банками и кредитами, инвестирование в выгодные проекты, предоставление займов, и др.;

- материально-технического обеспечения (МТО) – обеспечивается и собственными специалистами, и специалистами по аутсорсингу (обслуживание

и модернизация зданий, сооружений, обеспечение ресурсами, транспортное обеспечение работы предприятия, и др.;

– информационно-маркетингового обеспечения (ИМО) – обеспечивается преимущественно руководством предприятия, обязательно широкое участие руководителей и специалистов отдельных направлений деятельности, включает знание и применение в организации изменений законов и требований государства и надзорных органов, традиций местного сообщества, информации о рынках, товарах, условиях закупки, технологиях продаж, конкурентах, и др.;

– работа с персоналом предприятия – развитие, мобилизация и полное использование человеческого потенциала (НОРМС) – подбор, найм, обучение, организация работы, мотивация, стимулирование, контроль за исполнением работы, развитие корпоративной культуры, лояльности, пр. [34].

Таким образом, коммерческая деятельность предприятий торговли имеет разнообразное толкование, но акцент делается на конечный результат, на получение прибыли и удовлетворение пожеланий потребителей, удовлетворение их требований. Роль коммерческой деятельности многогранна и для сферы торговли, и других смежных областей.

## **1.2 Эффективность коммерческой деятельности: сущность и факторы**

Организация коммерческой деятельности предполагает ежедневное решение каждым предприятием широкого комплекса непростых взаимосвязанных задач по обеспечению высокой действенности текущего бизнеса, с одной стороны, а также выявлению и реализации ее вероятных возможностей, необходимых для дальнейшего развития и повышения эффективности, – с другой. Именно понимание взаимосвязи настоящего и будущего позволяет обнаруживать противоречия современной общественной

формы торговли, преодоление которых является эндогенным источником экономической жизнеспособности и стойкости фирм на конкурентном рынке [35].

По современным представлениям коммерческие разработки нововведений особенно результативно проявляются не только на самих стадиях коммерческого цикла, сколько на их стыках и главным образом определяются скоростью перехода от одной стадии к другой.

Активным звеном использования новейших научных и технологических принципов в товарах массового потребления выступает малый бизнес, где активно участвует, находит себя молодежь и высвобождающиеся из традиционного промышленного производства люди. Учитывая особую значимость коммерческой составляющей в общей цепи развития, необходимо исследовать как современные, так и отдаленные процессы анализируемых явлений и выяснить, каким будет и какие ресурсы востребует дальнейшее развитие [34].

Термин «efficiency» советуют понимать, как рациональность, хотя его переводят именно как эффективность. Тогда как термин «effectiveness» переводят как результативность, или производительность [15].

Грамотная организация коммерческой деятельности позволяет предприятию быть нечто большим, чем суммой его отдельных компонентов – капитала и сотрудников, повысить эффективность коммерческой деятельности предприятия [6].

Эффективность коммерческой деятельности, правильно трактовать, как максимальный эффект полученный с минимальными затратами, то содержание эффективности заключается в увеличении положительного результата (эффекта) с единицы затрат совокупного труда. Торговые предприятия существуют благодаря полученным доходам, которые в своем большинстве являются выручкой от реализации товаров [42].

Существует множество классификаций факторов, оказывающих влияние на эффективность. Так, например, факторы бывают частными и общими. Частные факторы специфичны для каждого из показателей, в то время, как общие – оказывают влияние на весь ряд исследуемых показателей. Важное значение, исходя из анализа эффективности коммерческой деятельности, имеет деление факторов на внутренние и внешние.

К внешним факторам следует отнести:

- рыночные,
- конъюнктурные,
- хозяйственно-правовые,
- административные.

Внутренние факторы:

- материально-технические;
- организационно-управленческие;
- экономические;
- социальные.

Существует такой внутренний фактор, как фактор персонала – это группа показателей, которые связаны с состоянием, обеспеченностью и эффективным использованием трудовых ресурсов. К таким факторам относят следующие показатели: численность работников предприятия в целом и по категориям, затраты на оплату труда, структура работающего персонала, размер фонда оплаты труда, затраты на социальное развитие, система экономического стимулирования, затраты на подготовку и повышение квалификации кадров, затраты на охрану труда, текучесть кадров, производительность труда и т.д.

Также факторы эффективности подразделяются на объективные (не зависят от воли и желания людей, например, природные катастрофы, стихийные бедствия) и субъективные (зависят от деятельности отдельных коммерческих организаций); общие (действуют во всех отраслях экономики) и



специфические (действуют в условиях отдельной отрасли экономики либо предприятия, качественные и количественные факторы.

Для определения эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия, прежде всего, необходимо изучить и проанализировать его доходы и расходы, рассчитать приведенные показатели.

Анализ этих факторов поможет выявить резервы повышения эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий, а именно: резервы эффективности использования основных средств, трудовых и материальных ресурсов, резервы повышения рентабельности торговой деятельности. Научным результатом данного исследования является систематизация показателей оценки эффективности торговой деятельности предприятий.

Перспективами дальнейших исследований является более детальное изучение факторов, от которых зависит товарооборот торгового предприятия, и поиски путей уменьшения издержек обращения при неизменном качестве товара и обслуживания потребителей [15].

Большое значение при повышении эффективности использования ресурсного потенциала предприятия имеет ресурсосбережение, выраженное в рационализации использования материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов на основе интенсификации товаров и услуг [45].

Основным инструментом оценки состояния коммерческой деятельности торгового предприятия служит сравнительный анализ показателей в динамике и в сопоставлении с конкурентами. Общие результаты оценки коммерческой деятельности выражаются в показателе прибыли, определяемой разницей между доходами и расходами [30].

Если руководство торгового предприятия заинтересовано в том, чтобы добиваться улучшенных результатов, оно должно анализировать информацию о состоянии внешней и внутренней среды. Тогда будет понятно, какие из

существующих факторов необходимо использовать для роста эффективности коммерческой деятельности:

1. Минимальное задействование ресурсов. Чем меньше применяются технологии, оборудование, персонал при сохранении объёмов продаж товаров, тем эффективнее организация.

2. Использование результатов научно-технического прогресса. Игнорирование современных технологий в связи с необходимостью инвестиций приводят к сокращению конкурентоспособности и возможной ликвидации предприятия торговли впоследствии.

3. Усиление социально-психологических факторов. Применение инструментов децентрализации в управлении.

4. Привлечение инвестиционного капитала и других механизмов стороннего финансирования предприятий торговли.

5. Рост эффективности персонала за счёт оптимизации структуры, повышения квалификации и обучения, поиска более компетентных кадров, изменения мотивационной системы.

6. Применение диверсификации, кооперации и других стратегий, которые позволяют использовать существующие ресурсы в разных проектах предприятий торговли.

Все вышеуказанные факторы приводят к росту эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия [36].

Также из факторов прямого воздействия на эффективность коммерческой деятельности предприятий торговли следует отнести:

- покупателей и поставщиков;
- конкурентов;
- акционеров, банков, т.д.

Из факторов косвенного воздействия на эффективность коммерческой деятельности предприятий торговли следует отнести:

- социальные и культурные традиции;

- международные отношения;
- социальное и политическое положение в стране и т.д. [22].

Таким образом, эффективность коммерческой деятельности предприятий торговли свидетельствует о развитии организации, благоприятном воздействии внешних и внутренних факторов, эффективном применении стратегий и ресурсов.

### 1.3 Показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия

Показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия могут быть оценены с точки зрения комплексных интегральных показателей, которые дают возможность проследить, как изменяется в динамике эффективность деятельности хозяйствующего субъекта в качестве системы, и осуществляется их расчет на основе предварительного комплексного анализа и расчета частных показателей, которые характеризуют состояние различных подсистем фирмы [20].

Формулы расчета комплексных интегральных показателей оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия, относящихся к внутренним факторам, влияющим на эффективность коммерческой деятельности предприятия, сведены в таблицу 1:

Таблица 1 – Интегральные показатели оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли [20]

Показатели	Усл. обозначение	Расчет показателя, формула	Обозначения
Показатель эффективности использования торгового потенциала	$E_{итп}$	$R / ((ФЗП + (ОФ + ОС) \cdot E_n))$	R – товарооборот; ФЗП – фонд заработной платы работников; ОФ – основные фонды; ОС – оборотные средства; $E_n$ – нормативный коэффициент

Потенциал оценки трудовой деятельности	Этд	Р / ФЗП	Р – товарооборот; ФЗП – фонд заработной платы работников
Показатель эффективности финансовой деятельности	Эфд	$\frac{\text{Пдон/о}}{(\text{ФЗП} + (\text{ОФ} + \text{ОС})\text{ЧЕ}_n)}$	Пдон/о – прибыль до налогообложения; ФЗП – фонд заработной платы работников; ОФ – основные фонды; ОС – оборотные средства; Е <sub>н</sub> – нормативный коэффициент
Показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности	Уэхд	$\sqrt[3]{\text{Э}_{\text{итп}}\text{ЧЭтд}\text{ЧЭфд}}$	Показатели в условных обозначениях
Показатель уровня экономического развития	Уэр	$\sqrt[3]{\text{Тпт}\text{ЧТоос}\text{ЧТфо}\text{ЧТз}\text{о}\text{ЧТур}}$	Тпт – темп изменения производительности труда; Тоос – темп изменения скорости обращения оборотных средств; Тфо – темп изменения фондоотдачи; Тзо – темп изменения затратноотдачи; Тур – темп изменения уровня рентабельности
Показатель долевого участия интенсивного направления использования ресурсов	d <sub>x</sub>	$\frac{\text{Уэр} - 100}{(\text{Тр}_{\text{рто}} - 100)}\text{Ч}100$	Уэр – показатель уровня экономического развития; Тр <sub>рто</sub> – темпы роста товарооборота

Окончание таблицы 1

Показатели	Усл. обозначение	Расчет показателя, формула	Обозначения
------------	------------------	----------------------------	-------------

Показатель оценки интенсификации хозяйствования	Тинт	$\frac{(ТптЧТоосЧТфо)}{(ТротЧТосЧТоф)} \cdot 100$	Тпт – темп изменения производительности труда; Тоос – темп изменения скорости обращения оборотных средств; Тфо – темп изменения фондоотдачи; Трот – темпы изменения оплаты труда; Тос – темп изменения среднегодовой стоимости оборотных средств; Тоф – темп изменения среднегодовой стоимости основных средств
Интегральный показатель оценки качества торгового обслуживания, по мнению покупателей	Уто	$\frac{(Кш+Ку+Кд/у+Ко/а+Кк/т+Ккв+Коф/тз)}{7}$	Кш – показатель широты ассортимента; Ку – показатель доступности услуги; Кд/у – коэффициент достаточности дополнительных услуг; Ко/а – коэффициент обновления ас-та; Кк/т – показатель качества товаров; Ккв – оценка уровня квалификации обслуживающего персонала; Коф/тз – оценка оформления торгового зала. Показатели рассчитываются по качественным оценкам покупателей, персонала при опросах, анкетировании, по разработанным шкалам оценок.

Оценивая экономическую эффективность коммерческой деятельности предприятия (организации), рассчитывают показатели рентабельности, группа их в отношении товарооборота с формулами расчета показана в таблице 2:

Таблица 2 – Показатели рентабельности предприятия торговли по отношению к товарообороту [46]

Показатель	Роль показателя	Формула
Рентабельность продаж	С помощью показателя оценивается основная экономическая деятельность торгового предприятия	$R_{ппро} = \frac{ПП}{B} \times 100;$ <p><math>R_{прод}</math> – рентабельность продаж предприятия;                  ПП – прибыль от продажи товаров (услуг);                  В – выручка, товарооборот предприятия</p>
Рентабельность предприятия	С помощью показателя оценивается общая эффективность всех видов деятельности, которые оказаны в предприятии торговли	$R_n = \frac{ПДН}{B} \times 100;$ <p><math>R_n</math> – рентабельность предприятия;                  ПДН – прибыль до налогообложения;                  В – выручка, товарооборот предприятия</p>
Чистая или конечная рентабельность	С помощью показателя оценивается, какая доля в товарообороте принадлежит прибыли, остающейся в предприятии торговли после уплаты налогов	$R_{ч} = \frac{ЧП}{B} \times 100;$ <p>где: <math>R_{ч}</math> – рентабельность чистая или конечная;                  ЧП – чистая прибыль;                  В – выручка, товарооборот предприятия</p>

Т.В. Наконечная считает, что к количественным показателям оценки осуществления, эффективности коммерческой деятельности в предприятиях торговли, относятся:

- коэффициент лояльности поставок;
- коэффициент ответственности предприятия;
- коэффициент ответственности покупателей;
- коэффициент доверия поставщиков [32].

Количественные показатели оценки осуществления, эффективности коммерческой деятельности в предприятиях торговли от Т.В. Наконечной, сведены в таблицу 3.

Таблица 3 – Количественные показатели оценки осуществления, эффективности коммерческой деятельности в предприятиях торговли от Т.В. Наконечной [32]

Показатель	Роль показателя	Формула
Коэффициент лояльности поставок (КЛП)	Показывает долю дебиторской задолженности покупателей и заказчиков (ДЗ) в товарообороте предприятия (В)	$КЛП = ДЗ / В$
Коэффициент ответственности предприятия (КОИП)	Показывает долю просроченной кредиторской задолженности поставщикам (ПКЗ) в товарообороте предприятия	$КОИП = ПКЗ / В$
Коэффициент ответственности покупателей (КОПТ)	Характеризует долю просроченной дебиторской задолженности покупателей и заказчиков (ПДЗ) в выручке от продаж (В)	$КОПТ = ПДЗ / В$
Коэффициент доверия поставщиков (КДП)	Показывает долю кредиторской задолженности поставщикам (КЗП) в объеме продаж (В)	$КДП = КЗП / В$

Исходя из полученных результатов, руководства предприятия торговли принимает решение, которые направлены на корректировку тактических и стратегических планов деятельности фирмы в отношении коммерческой деятельности [32].

Группа авторов (В.В. Куимов, Ю.Ю. Суслова, Е.В. Щербенко, и др.) полагают, что к показателям эффективности коммерческого предприятия относятся:

- показатели операционной деятельности;
- показатели прибыльности (рентабельности) капитала;
- рыночные показатели [34].

Показатели эффективности коммерческого предприятия, по мнению группы вышеуказанных авторов, сведены в таблицу 4.

Таблица 4 – Показатели эффективности коммерческого предприятия [34, 33]

Группа показателей	Показатель	Роль показателя	Формула
1. Показатели операционной деятельности	Коэффициент изменения валовых продаж ( $K_{ВП}$ )	Отражает количественное приращение объема продаж в отчетном (текущем) году	$K_{ВП} = \frac{Выручка_1 - Выручка_0}{Выручка_0} = \frac{\Delta Выручка}{Выручка_0}$ ,
	Коэффициент валовой прибыли (валового дохода) ( $K_{ВД}$ )	Показывает долю валовой прибыли в выручке	$K_{ВД} = \frac{Валовая\ прибыль\ (валовой\ доход)}{Выручка}$ ,
	Коэффициент себестоимости ( $K_{ПС}$ )	Показывает затратно́сть продаж	$K_{ПС} = \frac{Себестоимость}{Выручка}$ ,
	Коэффициент издержек на реализацию ( $K_{ИР}$ )	Показывает затратно́сть реализации товаров в предприятии	$K_{ИР} = \frac{Коммерческие\ расходы\ (расходы\ по\ сбыту)}{Выручка}$ ,
	Коэффициент процентных платежей ( $K_{ПП}$ )	Показывает затратно́сть привлечения внешних источников финансирования предприятия	$K_{ПП} = \frac{\%_{уплате}\ (процентные\ платежи)}{Выручка}$ ,
	Коэффициент операционной прибыли (прибыли от продаж) – ЕВИТ ( $K_{ИР}$ ) (Return on sales (ROS))	Показывает эффективность основной деятельности предприятия	Рассчитывается, как рентабельность продаж (табл. 2)
	Коэффициент общей операционной прибыли (прибыли от продаж) ( $K_{ОП}$ ) – EBITDA margin	Показывает прибыльность бизнеса, без учета сбора налогов	Рассчитывается, как рентабельность предприятия (табл. 2)
	Коэффициент чистой прибыли ( $K_{ЧП}$ ) – (Return Net Income (RNI))	Показывает прибыльность бизнеса (деятельности) предприятия за период времени	Рассчитывается, как конечная рентабельность предприятия (табл. 2)
2. Показатели прибыльности (рентабельности) капитала	Рентабельность активов ( $P_A$ )	Характеризует эффективность имущества (активов) предприятия – ресурсоотдача	$P_A = \frac{Чистая\ прибыль}{Активы}$ ,
	Рентабельность собственного капитала ( $P_{СК}$ )	Характеризует эффективность применения собственных источников финансирования деятельности фирмы	$P_{СК} = \frac{Чистая\ прибыль}{Собственный\ капитал(СК)}$ ,
	Рентабельность вложенного (перманентного) капитала ( $P_{ВК}$ )	Показывает отдачу долгосрочного капитала (собственного капитала и долгосрочного заемного капитала: средних СК, ДО)	$P_{ВК} = \frac{Чистая\ прибыль}{(СК) + \overline{ДО}}$ ,
	Рентабельность инвестиций ( $P_{И}$ )	Эффективность всего капитала (собственного и заемного: А)	$P_{И} = \frac{Чистая\ прибыль}{\overline{А}}$ ,



	предприятия	
--	-------------	--

#### Окончание таблицы 4

Группа показателей	Показатель	Роль показателя	Формула
3. Рыночные показатели	Прибыль на акцию (П <sub>акцию</sub> )	Сколько прибыли приходится в среднем на одну акцию	$П_а = \frac{\text{Чистая прибыль в распоряжении владельцев акций}}{\text{Среднее количество акций}},$
	Капитализированный доход (КД)	Характеризует изменение рыночной цены акции	$КД = \frac{\text{Цена акции}_1 - \text{Цена акции}_0}{\text{Цена акции}_0},$
	Дивидендный доход (ДД)	Доход инвестора, владельца обыкновенных акций	$ДД = \frac{\text{Сумма дивидендов за год}}{\text{Рыночная цена акции}},$
	Коэффициент выплаты дивидендов (норма дивиденда) (НД)	Показывает удельный вес дивидендов в чистой прибыли	$НД = \frac{\text{Сумма выплачиваемых дивидендов}}{\text{Чистая прибыль - дивиденды по привилегированным акциям}},$

Показатели эффективности коммерческого предприятия рассчитываются преимущественно с применением экономических показателей (товарооборота, чистой прибыли, издержек, себестоимости продаж и других).

С целью оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли необходимо, для точности полученных результатов, рассчитывать единичные и комплексные показатели, показатели общей деятельности и специфические. По полученным результатам, то есть по результатам расчетов показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли, можно отметить положительные и отрицательные стороны в динамике показателей, разработать мероприятия по росту показателей на перспективу.

#### **1.4 Механизм управления коммерческой деятельностью предприятия торговли**

С целью роста эффективности коммерческой деятельности, одним из направлений становится верно, логично разработанный механизм ее управления.

Механизм управления коммерческой деятельностью приобретает на современном этапе функционирования российских предприятий особую значимость в связи с тем, что предмет управления, в частности управления

коммерческой деятельностью – одна из актуальных проблем во взаимоотношениях на рынке.

В процессах глобализации и интеграции каждое предприятие стремится на рынке завоевать все большую долю, повысить собственную конкурентоспособность, занять свое место на рынке, все это невозможно без формирования и функционирования эффективного механизма управления коммерческой деятельностью.

Механизм управления коммерческой деятельностью – это совокупность, целей, задач, методов, принципов, функций и других элементов, способствующих организационно-экономическому развитию фирмы (предприятия), повышению эффективности системы коммерческой деятельности [28].

Изучая все элементы механизма управления коммерческой деятельностью, автором составлен собственный макет такого механизма, представленный на рисунке 3. В предложенном механизме управления коммерческой деятельностью предприятия обозначен ряд процессов и элементов, влияющих на конечный результат, то есть на эффективность управления коммерческой деятельностью организации.

Любое коммерческое предприятие функционирует с учетом факторов внешней среды и факторов внутренней среды.

Из факторов внешней среды, оказывающих влияние на коммерческую деятельность предприятия, следует отнести:

- конкуренты;
- поставщики;
- покупатели;
- государственные органы;
- факторы СТЭП (социальные, технологические, экономические и политические) и т.д.

## Внешняя среда предприятия



### Рисунок 3 – Механизм управления коммерческой деятельностью предприятия

[составлен автором работы]

Факторы внешней среды имеют влияние на коммерческую деятельность предприятия, но основную роль оказывают факторы внутренней среды. Из них: цель, миссия, принципы, руководство (управление), функции и т.д.

Разработка механизма управления коммерческой деятельностью предприятия, как отмечает автор, начинается с постановки цели, а также миссии.

Миссия – понятие, которое в данном случае отражает предназначение бизнеса, его основную цель.

Основными компонентами миссии коммерческого предприятия в современных условиях служат:

- продукты или товары (услуги, работы);
- целевые сегменты;
- управленческие технологии и функции;
- конкурентные преимущества предприятия;
- общая философия бизнеса [44].

В большинстве случаев миссией коммерческих предприятий является удовлетворение требований целевых сегментов – групп покупателей, а целью – извлечение (получение) прибыли.

Выбор цели считается одним из наиболее ответственных моментов в процессе управления коммерческой деятельностью предприятия.

Цель управления – желаемое состояние объекта управления, в данном случае коммерческой деятельности предприятия [48].

Из задач управления коммерческой деятельностью предприятия:

- улучшение партнерских связей в каждой из функций коммерческой деятельности;
- применение инновационных технологий в функционировании коммерческой деятельности предприятий;

– рост числа конкурентных преимуществ и т.д.

В предложенном механизме управления коммерческой деятельностью (КД) предприятия можно отметить три блока (рис. 4).

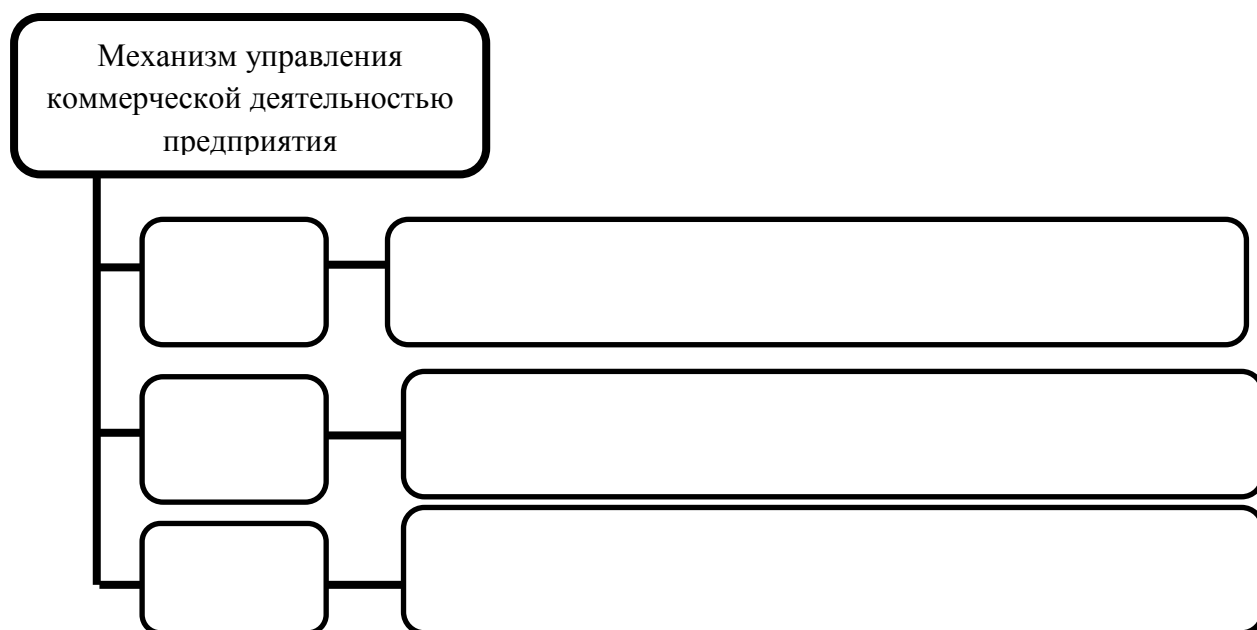


Рисунок 4 – Блоки механизма управления коммерческой деятельностью предприятия [50]

Первый блок собственно содержит процесс управления коммерческим предприятием, который включает такие элементы, как:

– принципы: связи, которые регулируют действия управленческого персонала для исполнения целей и задач в управлении коммерческой деятельностью предприятия. основополагающими принципами в процессе управления коммерческим предприятием служат: комплексность, адаптивность, упорядоченность, взаимосвязанность, фундаментальность [50];

– функции: совокупность управленческих работ персонала в коммерческом предприятии, которые объединены направленностью и содержанием. Среди основных функций управления коммерческим предприятием отмечаются: планирование, организация, координация и контроль;

– методы: способы воздействия на управление коммерческими процессами и деятельностью предприятия, существуют четыре крупные группы методов управления.

Административные методы управления: характерно их соответствие правовым нормам, которые действуют на определенном уровне управления.

Организационные методы управления: способы воздействия на управляемый объект, который направлен на формирование организационной основы совместной работы на основании распределения функций, обязанности, ответственности, полномочий в предприятии, т.д.

Экономические методы управления: совокупность способов воздействия на основании формирования экономических условий, которые побуждают работников коммерческого предприятия действовать в необходимом направлении, с целью роста эффективности коммерческой деятельности.

Психологические методы управления: направлены в коммерческом предприятии на конкретную личность, строго персонифицированы и индивидуальны.

Существующие специфические методы оценки коммерческой деятельности, среди таких: оценка эффективности каждой из применяемой функции коммерческой деятельности, партнерского взаимодействия по каждой функции.

Второй блок в предложенном механизме управления коммерческой деятельностью предприятия содержит такие элементы коммерческой деятельности, как:

– субъект управления – то есть те лица, которые способствуют управлению коммерческой деятельностью предприятия, к такой группе следует отнести управленческий персонал (директоров предприятий, подразделений, отделов и т.д.) [49];

– объект управления: объектом управления является коммерческая деятельность предприятия любой сферы деятельности, либо собственно коммерческое предприятие [25].

В коммерческой деятельности предприятия системе управления уделяется немаловажное значение, особенно в разрезе функционально-средового подхода. С учетом функционально-средового подхода особое внимание следует уделить адаптации функций во внешней, конкурентной и среде взаимодействия коммерческого предприятия, где их роли существенно различаются [27].

Входом в данный блок являются подготовительные процессы (организация коммерческой деятельности предприятия, подбор кадров, программа функционирования, т.д.), а выходом – конечные результаты в качестве сформулированных программ, направлений в управлении коммерческой деятельностью предприятия, либо конкретные коммерческие стратегии развития.

Третий блок собственно акцентирует внимание на механизме управления коммерческой деятельностью предприятия, заключающейся в системной оценке, анализе и контроллинге персонала, процессов, направлений и т.д. Особый акцент делается на современных инструментах управления коммерческой деятельностью предприятия: аутсорсинге, коучинге, сторителлинге, трайвертайзинге и т.д.

Системный анализ – научный метод познания, который представляет собой последовательность действий по изучению механизма управления коммерческой деятельностью предприятия [49].

Контроллинг – комплексная система поддержки механизма управления коммерческой деятельностью предприятия, которая направлена на координацию взаимодействия систем и контроля его эффективности [50].

Все блоки в разработанном механизме управления коммерческой деятельностью предприятия взаимодействуют между собой с целью



комплексного и эффективного использования, упорядоченности и оптимизации управленческих решений, получения достоверных результатов.

Грамотное использование всех блоков приводит к росту эффективности коммерческой деятельностью предприятия, с использованием соответствующих показателей и методик.

Следовательно, механизм управления коммерческой деятельностью любого предприятия должен быть грамотно разработан и соответствующе использован специалистами с учетом внешних и внутренних обстоятельств, в которых функционирует фирма. Механизм управления коммерческой деятельностью должен представлять из себя систему взаимодействия всех ее элементов (целей, миссии, принципов, субъектов, объектов, функций, методов и т.д.), которые в совокупности создадут единую концепцию управления организацией, меняющуюся и постоянно совершенствованную специалистами в целях улучшения функционирования коммерческой деятельности предприятия, повышения конкурентоспособности, удовлетворения спроса и требований клиентов, роста социально-экономических показателей хозяйственной деятельности организации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повышение эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия исследовано в трех главах выпускной квалификационной работы.

В первой главе работы рассмотрены теоретические аспекты и раскрыты сущность и содержание коммерческой деятельности; сущность, факторы и показатели эффективности коммерческой деятельности, а также механизм управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

При исследовании автором работы рассмотрены разнообразные точки зрения специалистов на сущность понятия «коммерческая деятельность». В результате автором отмечено, что коммерческая деятельность – это определенная совокупность торгово-организационных операций, в результате которых реализуется процесс купли-продажи, удовлетворяются потребности рынка. Данная совокупность операций сопровождается условием взаимной выгоды для всех участников сделки, а также учитывает текущую рыночную конъюнктуру. Содержание коммерческой деятельности предприятия связано с влиянием функционально-средового взаимодействия.

Эффективность коммерческой деятельности символизирует оптимальное распределение всех полномочий, функций, стратегий в исследуемой деятельности, с обязательной оценкой факторов (внутренних и внешних).

В результате исследования эффективности коммерческой деятельности выявлены с позиции разных авторов – соответствующие показатели, которые должны быть, по мнению автора, комплексно использованы в целях получения точной конечной информации.

Исследование механизма управления коммерческой деятельностью показало наличие множества элементов, которые совокупно автор работы объединил в общую схему, в итоге исследования которых можно будет отметить, насколько эффективна исследуемая деятельность в ООО ТД «Шиноторг».

Во второй главе выпускной квалификационной работы исследована эффективность коммерческой деятельности ООО ТД «Шиноторг», в том числе рассчитаны организационно-экономические показатели в динамике. В результате исследования автор отметил, что предприятие достаточно давно существует на красноярском рынке, основной вид деятельности ООО ТД «Шиноторг» – розничная торговля автошинами, в том числе оказание услуг шиносервиса. Структура управления предприятия ООО ТД «Шиноторг» характеризуется, как линейно-функциональная, эффективная для основной деятельности предприятия. При исследовании на основании отчета о финансовых результатах – экономических показателей деятельности, автором установлено, что эта деятельность является не эффективной, так как сокращается прибыль, рентабельность в 2018 году.

В ходе исследования структуры и динамики розничного товарооборота предприятия ООО ТД «Шиноторг» автором выпускной квалификационной работы отмечено увеличение в динамике показателя в действующих ценах, в сопоставимых ценах, в росте исследуемый показатель в разрезе товарных групп, в разрезе кварталов, используемых методов розничных продаж, что характеризуется показатель только с положительной стороны.

В результате исследования эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО ТД «Шиноторг» автор выпускной квалификационной работы рассчитал различные показатели. В отношении экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО ТД «Шиноторг», то ситуация являлась отрицательной из-за сокращения относительных уровней рентабельности в 2018 году. По показателям операционной деятельности и прибыльности – у большинства показателей в динамике отмечено сокращение, что свидетельствовало о частичной эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО ТД «Шиноторг». Такая же ситуация автором работы была отмечена по количественным и интегральным показателям эффективности коммерческой деятельности исследуемого предприятия.

В заключительной главе выпускной квалификационной работы автором предложены рекомендации по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО ТД «Шиноторг».

В результате оценки привлекательности и успеха на рынке, автором выпускной квалификационной работы предложен проект открытия филиала компании – розничного торгового предприятия на правом берегу г. Красноярск. Запуск проекта рекомендуется на начало 2020 года. Для запуска проекта необходимы инвестиции в размере X млн.руб. Срок окупаемости инвестиций в ООО ТД «Шиноторг» составит чуть более 1 года со старта проекта, проект будет рентабельным уже на второй год реализации. С учетом реализованного проекта по открытию розничного магазина на правобережье г. Красноярск в ООО Торговый Дом «Шиноторг» увеличатся показатели экономической и в том числе социальной эффективности коммерческой деятельности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993 ; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 21.07.2014 № 11-ФКЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : [http : // www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.94 № 51-ФЗ ред. от 03.08.2018 № 339-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : [http : // www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
3. Абчук В. А. Коммерция : учебник / В. А. Абчук. – Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова, 2015. – 477 с.
4. Алексеева Н. Н. Толковый экономический словарь / Н. Н. Алексеева, Н. П. Романова. – Москва : Приор, 2018. – 377 с.
5. Альбеков А. У. Экономика коммерческого предприятия : учеб пособие / А. У. Альбеков, С. А. Согомонян. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. - 449 с.
6. Ананских А. А. Управление коммерческой деятельностью предприятия / А. А. Ананских, Д. Е. Алтухов // Сборник научных трудов / Мичуринский гос. аграрный ун-т, – Мичуринск, 2017 – С. 18-20.
7. Балацкий Е. В. Элементы экономики государственного сектора : учебник / Е. В. Балацкий. – Москва : Инфра-М, 2019. – 428 с.
8. Богданова Ю. Н. Организация коммерческой деятельности предприятия : учеб. пособие / Ю. Н. Богданова. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 138 с.
9. Брагин Л. А. Торговое дело : экономика и организация : учебник / Л. А. Брагин, Т. П. Данько. – Москва : Инфра-М, 2019. – 260 с.

10. Бросалин В. И. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / В. И. Бросалин, Н. Н. Крылова. – Саратов : Саратовский социально-экономический институт (филиал), 2016. – 92 с.
11. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность : организация и управления : учеб. пособие / Р. И. Бунеева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2017.- 353 с.
12. Василенко М. В. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / М. В. Василенко; Уральский государственный технический университет. – Екатеринбург, 2016. – 59 с.
13. Венгерова К. Я. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / К. Я. Венгерова. – Москва : Дело, 2019. – 203 с.
14. Виноградова С. Н. Коммерческая деятельность / С. Н. Виноградова. – Москва : Финансы и статистика, 2016. – 180 с.
15. Воробец Т. И. Определение экономической сущности эффективности деятельности предприятия торговли / Т. И. Воробец, Д. И. Вербюк // Эффективное управление экономикой : проблемы и перспективы : материалы научно-практической конференции. – Симферополь , 2016. – С. 21-25.
16. Воронкова О. В. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / О. В. Воронкова. – Тамбов, 2010. – 80 с.
17. Вылгина Ю. В. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / Ю. В. Вылгина ; Ивановский государственный энергетический университет. – Иваново, 2015. – 98 с.
18. Гуняков Ю. В. Коммерциология : предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков. – Красноярск : СФУ, 2015. – 160 с.
19. Демченко Л. И. Коммерческая деятельность на потребительском рынке : учебник / Л. И. Демченко, Ю. С. Лекарева. – Оренбург : Пресса, 2015. – 96 с.

20. Ерофеева А. Б. Расчет основных интегральных показателей оценки эффективности торгового предприятия / А. Б. Ерофеева // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – № 1(20). – С. 119-122.
21. Загудаева Н. В. Понятие и структура коммерческой деятельности / Н. В. Загудаева // Экономика и управление в XXI веке. – 2015. – № 10. – С. 34-36.
22. Иващенко А. С. Факторы, влияющие на коммерческую деятельность предприятия / А. С. Иващенко, Ю. С. Кужукина // Вызовы времени и ведущие мировые научные центры : сб. статей по итогам междунар. науч.-практ. конференции. – Уфа, 2018. – С. 97-100.
23. Каплина С. А. Организация коммерческой деятельности : учеб. пособие / С. А. Каплина. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. – 417 с.
24. Коротких И. Ю. Основы коммерческой деятельности : учеб. пособие. – Москва : Академия, 2018. – 210 с.
25. Кротова И. Н. Механизм управления деятельностью коммерческой организации / И. Н. Кротова, С. В. Соболева // Современные проблемы развития коммерческих предприятий : материалы межвузовской научно-исследоват. конференции. – Москва, 2018. – С. 77-79.
26. Куимов В. В. Региональные технологические платформы как инструмент инновационного развития территории : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко. – Красноярск : СФУ, 2016. – 343 с.
27. Куимов В. В. Функционально-средовой подход в управлении изменениями на предприятии / В. В. Куимов, А. О. Куимов, Л. Т. Смоленцева // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – Донецк, 2016. – С. 23-26.
28. Лебедев А. Н. Механизмы и приоритеты управления коммерческой деятельностью в сфере услуг / А. Н. Лебедев // Современные тенденции и прогнозы развития экономики : сфера услуг : материалы конференции. – 2016. – С. 139-162.

29. Левкин Г. Г. Основы коммерции : конспект лекций / Г. Г. Левкин. – Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 109 с.
30. Маклаков Г. В. Эффективность коммерческой деятельности / Г. В. Маклаков. – Москва : Дашков и Ко, 2016. – 232 с.
31. Молоткова Н. В. Основы коммерческой деятельности : учеб. пособие / Н. В. Молоткова, Г. А. Соседов. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2018. – 155 с.
32. Наконечная Т. В. Совершенствование методики анализа и управления коммерческой деятельностью предприятия / Т. В. Наконечная // Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития : материалы науч.-практ. конф. – Барнаул, 2014. – С. 142-145.
33. Новашина Т. С. Экономика и финансы предприятия : учебник / Т. С. Новашина, В. И Карпунин, В. А. Леднев. – Москва : Синергия, 2018. – 355 с.
34. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка. Теория и современные практики : учебник / В. В. Куимов; под ред. В.В. Куимова. – Красноярск : СФУ, 2017. – 553 с.
35. Организация коммерческой деятельности предприятия : коммерциология. Ч.1. Организационно-экономические предпосылки коммерческой деятельности : учеб. пособие / В. В. Куимов. – Красноярск : СФУ, 2016. – 112 с.
36. Орлова Н. Пути повышения эффективности торгового предприятия / Н. Орлова // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 1. – С. 16-18.
37. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности. Практикум / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – Москва : Юнити, 2016. – 365 с.
38. Острова И. С. Повышение эффективности коммерческой деятельности предприятия / И. С. Острова // Российское предпринимательство. – 2016. – № 29. – С. 44-47.



39. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц.– Москва : Приор, 2019. – 642 с.
40. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. – Москва : Маркетинг, 2017. – 330 с.
41. Половцева Ф. М. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. М. Половцева. – Москва : Инфра-М, 2016. – 250 с.
42. Родионова Н. П. Обеспечение эффективности деятельности торгового предприятия на основе стандартизации работы персонала / Н. П. Родионова, В. М. Остроухов // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 4-1. – С. 803-806.
43. Самигуллин Э. В. Коммерческая деятельность розничного торгового предприятия / Э. В. Самигуллин. – Бишкек : Наука, 2010. – 176 с.
44. Соловьев Н. О. Механизм управления деятельностью коммерческой организации / Н. О. Соловьев, А. Н. Гладкова // Современные проблемы развития коммерческих предприятий : материалы науч.-исследоват.конф. – Москва, 2018. – С. 90-95.
45. Спирина Е. В. Управление коммерческой деятельностью предприятия на основе повышения эффективности ресурсного потенциала / Е. В. Спирина // Управление коммерческой деятельностью : материалы всероссийской науч.-практ. конф. / Тюменский индустриальный ун-т. – Тюмень, 2018. – С. 163-167.
46. Терещенко Н. Н. Доходы предприятия торговли : учеб. пособие / Н. Н. Терещенко, Ю. Ю. Сулова ; Красн. гос. торг-экон. ин-т. – Москва : ИНФРА-М, 2014 – 135 с.
47. Томилова Н. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия : сущность и основные направления / Н. А. Томилова, А. И. Карпович // Наука вчера, сегодня, завтра : сборник статей по материалам науч.-практ. конф. – Новосибирск, 2016. – С. 131-139.

48. Туполев А. Н. Механизм управления коммерческой деятельностью торгового предприятия / А. Н. Туполев // Актуальные проблемы управления : материалы науч.-практ.конф. – Самара, 2018. – С. 177-179.

49. Урегова П. П. Эффективность механизма управления коммерческой деятельностью торгового предприятия / П. П. Урегова, Т. Н. Пчелкина, Г. О. Смирнова // Современные тенденции и прогнозы развития экономики : сфера услуг : материалы науч.-исслед. конф. – Москва, 2016. – С. 203-204.

50. Яровая Н. Г. Коммерческая деятельность предприятия : основы механизма управления / Н. Г. Яровая, Т. Н. Терещенко, Г. Р. Малиновский // Наука. Деятельность. Бизнес : материалы межвузовской научно-исследовательской конференции. – Уфа, 2019. – С. 88-90.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Ю.Ю. Сулова  
подпись инициалы, фамилия  
«03» 06 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

**Повышение эффективности коммерческой деятельности торгового  
предприятия**

Руководитель

А.В. Волошин  
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук  
должность, ученая степень

А.В. Волошин

инициалы, фамилия

Выпускник

М.А. Фахуртдинова  
подпись, дата

ЭУ15-03Б-К  
группа

М.А. Фахуртдинова

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

А.В. Волошин  
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук  
должность, ученая степень

А.В. Волошин

инициалы, фамилия

Красноярск 2019