

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

Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Ю.Ю. Сулова

« _____ » _____ 2019г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

на тему: «Организация коммерческой деятельности предприятия и ее совершенствование»

Руководитель	_____	д-р экон.наук, профессор	В.В. Куимов
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____	ЭУ15-03Б-К	С.С. Васильев
	подпись, дата	группа	инициалы, фамилия
Нормоконтролер	_____	доцент, канд.экон.наук	А.В. Волошин
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
1. Теоретические аспекты организации коммерческой деятельности	5
1.1. Современные теории о сущности и видах коммерческой деятельности	5
1.2. Функционально-средовой анализ коммерческой деятельности предприятия	14
1.3. Современные подходы к оценке эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли	24
2. Анализ коммерческой деятельности ООО «М.видео» на основе функционально-средового метода	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «М.видео»	28
2.2. Анализ адаптационно-интеграционной, информационно-маркетинговой деятельности и работы с персоналом ООО «М.видео»	35
2.3. Анализ материально-технического обеспечения и производственно-технологической деятельности ООО «М.видео»	43
2.4. Анализ финансово-экономической деятельности и конкурентоспособности ООО «М.видео»	60
3. Оценка эффективности и мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «М.видео»	67
3.1. Анализ кооперационно-сетевого взаимодействия в ООО «М.видео»	67
3.2. Оценка эффективности коммерческой деятельности ООО «М.видео»	73
3.3. Основные направления совершенствования коммерческой деятельности и оценка их эффективности в ООО «М.видео»	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	83
ПРИЛОЖЕНИЯ	88

ВВЕДЕНИЕ

За последние 10 лет российский рынок бытовой техники в значительной степени сформировался, четко структурировался и вызывает интерес не только для отечественных производителей, но и зарубежных. Многие мировые производители ставят упор на увеличение доли продаж, именно на российском рынке, так как видят в этом огромный потенциал для роста.

Коммерческая деятельность выступает в этих 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. 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.

Цель бакалаврской работы - разработка мероприятий по совершенствованию организации коммерческой деятельности предприятия.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Изучить теоретические основы организации коммерческой деятельности предприятий розничной торговли;
2. Провести анализ организационно – экономической характеристики предприятия;
3. Провести анализ коммерческой деятельности предприятия на основе функционально-средового метода;
4. Оценить эффективность и разработать мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия.

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «М.видео».

Предметом исследования является организация коммерческой деятельности.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных экономистов по проведению анализа коммерческой деятельности предприятия, законодательство Российской Федерации и его структур; официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодической печати, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания бакалаврской работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов. Выбор каждого метода осуществляется с учетом характера решаемых в процессе исследования задач.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Работа содержит 47 таблиц, 12 рисунков и 49 источников используемой литературы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Современные теории о сущности и видах коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникшей в результате разделения труда и связанной с процессом купли-продажи товаров и оказанием торговых услуг с целью получения прибыли [25].

Среди представителей научного сообщества и практических работников нет единого мнения по поводу определения термина «коммерческая деятельность», рассмотрим некоторые подходы.

В Гражданском Кодексе РФ подчеркивается получение прибыли как основная цель коммерческой деятельности. В статье 2 сказано, «что предпринимательской является самостоятельная осуществляемая на свой страх и риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли...», а в статье 50 – «юридическими лицами могут быть организации, преследующие получение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации) либо не имеющие извлечение прибыли в качестве таковой цели ...» [2].

Впервые понятие «коммерческая деятельность» было сформулировано Гарвардской школой управления коммерческой деятельностью в 1958 году. Классическое определение гласит, что коммерческая деятельность существует для удовлетворения с прибылью потребительских требований [21].

М.А. Федорова включает в коммерческую деятельность торговых предприятий как вопросы организации торгово-технологических операций, так и процесс управления ими с помощью специально созданных коммерческих служб предприятия [48]

Коммерция – вид торгового предпринимательства или бизнеса, но бизнеса благородного, того бизнеса, который является основой любой по-настоящему цивилизованной рыночной экономики [17].

Коммерческая деятельность – неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги [39].

По мнению коллектива авторов под общей редакцией Куимова В.В., коммерческая деятельность представляет собой систему отношений торгово-экономических и торгово-технологических в целях максимизации взаимовыгоды для удовлетворения экономических интересов продавца и покупателя [41].

По мнению Л.М. Осиповой и И.М. Синяевой, коммерческая деятельность – это комплекс операций организаций по исследованию рынков, ведению рекламы, вступление в договорные отношения с посредниками, банками и т. д. [43].

Коммерческая деятельность является одним из видов предпринимательской деятельности торгового предприятия, который включает в себя ряд мероприятий, связанных с организацией и управлением процессом купли-продажи товаров с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли [29].

По мнению Гунякова Ю.В., коммерческая деятельность практически охватывает весь воспроизводственный процесс. Закупка сырья для производства, заем или использование собственных финансов, страхование рисков, вхождение в другие организации или приобретение акций других предприятий или государственных заемных обязательств, продажа или закупка на определенном этапе собственных акций или облигаций, наем (закуп) рабочей силы, использование своего или стороннего оборудования для производства продукта, сервисное обслуживание оборудования (компьютеры, программы, холодильники, подъемные механизмы и др.), продвижение товаров и услуг, проведение (закупка) рекламных акций,

формирование позитивного имиджа и др. Все эти действия в совокупности составляют коммерческую деятельность предприятия. Она через взаимовыгодные отношения пронизывает всю экономическую деятельность и формирует целостность [23].

В соответствии с методом функционально-средового анализа коммерческой деятельности, разработанным профессором Куимовым В.В., коммерческая деятельность предприятия зависит от внешней среды и среды взаимодействия и работает в конкурентной среде, выполняя воспроизводящийся динамичный цикл во внутренней среде по постоянной адаптации к изменениям окружающих сред [37].

Проанализировав различные подходы к определению сущности понятия, Федорова М.А. выделила десять основных аспектов, характеризующих данный процесс (см. рис. 1.1).

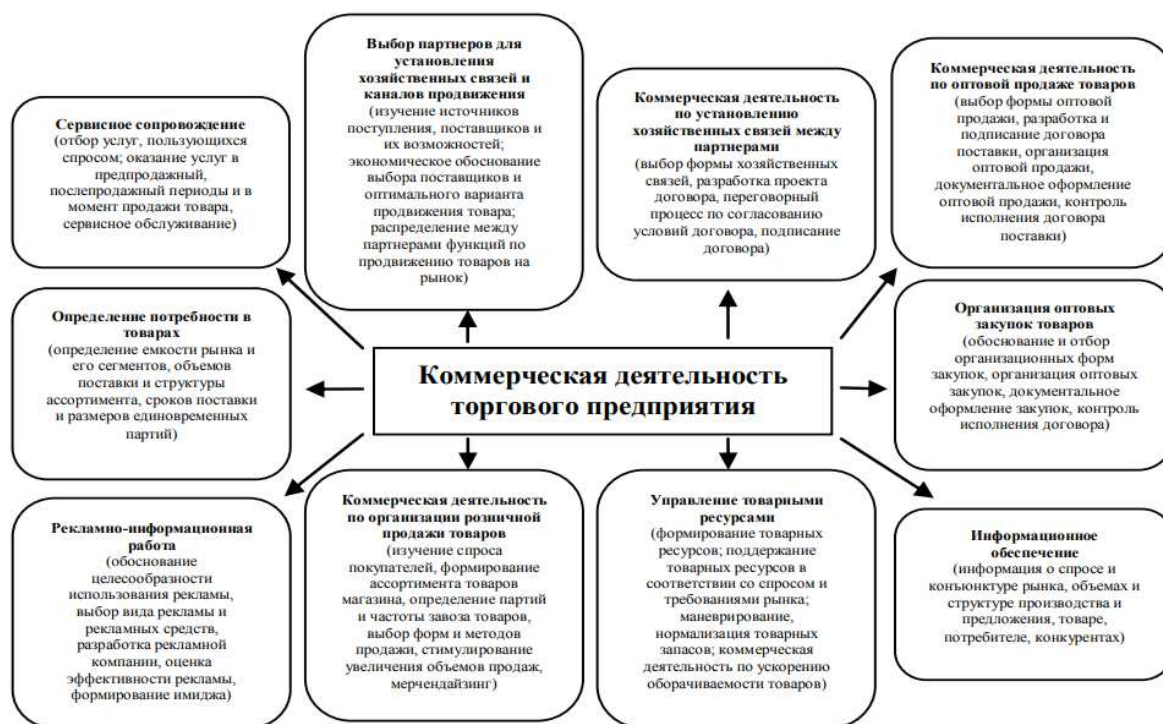


Рис. 1.1 – Характеристики структуры и содержания коммерческой деятельности [48]

Сущность и содержание коммерческой деятельности торгового предприятия определяются ее направлениями, к которым можно отнести следующие:

- формирование необходимого ассортимента товаров в рамках покупательского спроса;
- развитие закупочной деятельности;
- организация хозяйственных связей с поставщиками;
- осуществление процесса купли-продажи товаров, сопровождаемого коммерческими сделками, товарно-денежным обменом;
- обеспечение устойчивых конкретных позиций при решении коммерческих задач [25].

На рисунке 1.2 сущность коммерческой деятельности представлена как система экономических и технологических отношений, цель которой в получении наибольшей выгоды.

Экономические отношения:	Торгово-технологические отношения:
1) транзакционные (отношения по поводу обмена информацией)	1) транспортировка
2) обмен товарами	2) разгрузка-погрузка
3) обмен собственностями	3) приемка товара
	4) сортировка
	5) складирование
	6) хранение
	7) фасовка
	8) упаковка
	9) маркировка
	10) внутренняя транспортировка
	11) размещение
	12) выкладка товаров
Получение выгоды (прибыли)	

Рисунок 1.2 - Сущностная модель коммерческой деятельности [34]

Совокупность всех этих отношений составляет содержание коммерческой деятельности предприятия:

- финансовое обеспечение (ФО);

- материально-техническое обеспечение (МТО);
- информационное обеспечение (ИО);
- закупка товаров (ЗТ);
- продажа (сбыт) товаров (ПТ);
- найм рабочей силы (НРС).

Коммерческая деятельность включает в себя комплекс субъектов и процессов с обратной связью, которые взаимодействуют друг с другом, выполняя определенные функции. При этом функции отдельных элементов коммерческой деятельности объединяются, образуя систему функций в целом.

Далее установим, посредством каких операций реализуются функции коммерческой деятельности. Данные можно представить в следующей таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Коммерческие функции торговых предприятий [22]

Обстоятельства	Функции	
	экономические	технологические
Коммерческая деятельность осуществляется на денежной основе.	Финансовая (Ф).	Кредитный договор, хранение, инкассация.
Оборудование, сырье, материалы, находятся у других предприятий.	Материально-техническое обеспечение (МТО).	Договор поставки, транспортировка, складирование, хранение
Отсутствие необходимых товаров.	Закуп товаров (ЗТ).	Договор купли-продажи, транспортировка, складирование, хранение.
Коммерческая деятельность осуществляется специалистами	Найм рабочей силы (НРС).	Трудовой договор, доставка к месту работы, техника безопасности труда.
Коммерческая деятельность строится на основе информации.	Информационная (И).	Договор купли-продажи, сбор, обработка, хранение.
Наличие произведенной продукции.	Продажа (сбыт) товаров (СТ).	Договор купли-продажи, складирование, хранение, транспортировка
Наличие условий для оказания услуг.	Продажа услуг (ПУ).	Договор купли-продажи.

Функции предприятий обусловлены различными обстоятельствами жизнедеятельности фирм. Финансовая функция связана взаимоотношениями торгового предприятия с представителями рынка капиталов, материально-техническая – рынка средств производства, закуп товаров – рынка продавцов, найм рабочей силы – рынка труда, продажа продукции, предоставление дополнительных услуг – с покупателями. Данные функции характерны как для предприятий-производителей, так и для торговых предприятий, т.е. они универсальны.

Совокупность этих функций составляет содержание коммерческой деятельности предприятий (рисунок 1.3).

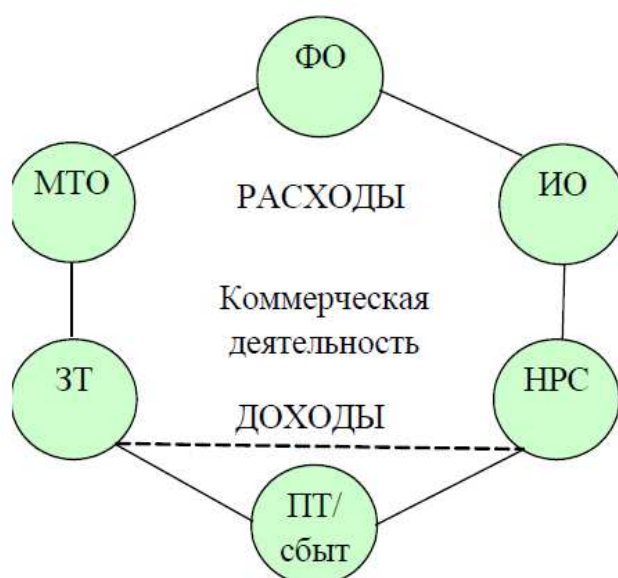


Рисунок 1.3 - Модель содержания коммерческой деятельности [24]

Содержание функций не одинаково: часть из них направлена на создание необходимых условия для достижения главной цели коммерческих предприятий — получения прибыли. Они связаны с покупкой капитала, материально-технических средств, труда, информации, товаров. Другие обязательные действия в процессе обмена - продажа (сбыт) продукции и услуг обеспечивают возмещение расходов, которые сопровождают выполнение каждой функции, и получение необходимой прибыли [24].

Финансовое обеспечение предполагает осуществление капитализации прибыли, накопление доходов от продаж, мобилизации финансов за счет внешних источников: инвесторов и кредиторов, управление использованием капитала и доходов, контроль и ведение расчетов с поставщиками и покупателями.

Материально-техническое обеспечение связано с приобретением машин, оборудования, сырья, комплектующих материалов, инвентаря, то есть всего того, что необходимо для хозяйственной деятельности

Покупка рабочей силы путем найма работников призвана обеспечить личностный фактор, осуществляющий коммерческую деятельность.

Информационное обеспечение посредством систематического сбора, обработки и анализа необходимых сведений внутреннего и внешнего характера нацелено на вооружение ими специалистов коммерческой деятельности для принятия правильных решений в процессах купли-продажи. Закупка товаров связана с поиском поставщиков и приобретением отсутствующих товаров.

Продажа (сбыт) товаров и услуг потребителям или посредникам означает их эквивалентную передачу новым собственникам: выбор покупателей, установление коммерческих связей, разработка сбытовой программы, составление графиков и осуществление поставок.

Принципы – это основополагающие правила и нормы поведения, правила научной деятельности, на базе которых она организуется. Принципы определяют основные направления коммерческой деятельности, требования к формированию отношений, их организации [24].

Основные принципы коммерческой деятельности вытекают из требований экономических законов, определяющих действия ее субъектов. Экономические законы носят объективный характер, а значит они не подчиняются человеку, не могут быть в оценках людей ни хорошими, ни плохими. Они действуют всегда с неизбежностью течения времени. Экономические законы запретить нельзя, поэтому коммерсанту необходимо

изучать действия этих законов и принимать решения в соответствии с требованиями данных законов.

Иными словами, принципы коммерческой деятельности отражают требования объективных законов, регулирующих коммерческую деятельность [10].

1. Принцип целевой направленности коммерческой деятельности определяется действием основного экономического закона – закона прибыли. Прибыль является главной целью и показателем эффективности функционирования коммерческих предприятий. Она формирует возможности для их расширенного воспроизводства, повышения конкурентоспособности.

2. Принцип выделения ведущего звена формируется из закона циклического развития. На каждом этапе развития коммерческой деятельности с учетом ее циклического характера на первый план выдвигаются определенные цели и задачи, от решения которых зависит успешная реализация стратегии фирмы, обеспечивается оптимальность отношений на каждой фазе и в целом на всем пути торговых действий.

3. Принцип более полного удовлетворения спроса покупателей обусловлен требованиями закона возвышающихся потребностей. Учет интересов и коммерческая их реализация выступает основным средством достижения главной цели в коммерческой деятельности.

4. Принцип оптимизации издержек обращения выражает требования законов экономии времени, оптимального развития и закона прибыли. Реализация данного положения предполагает эффективное формирование и использование всех имеющихся ресурсов предприятия, что, в свою очередь, становится важным фактором максимизации прибыли. Принцип предполагает выбор таких коммерческих отношений, которые обуславливают рациональные затраты на коммерческую деятельность.

5. Принцип повышения эффективности коммерческой деятельности отражает содержание закона повышающейся эффективности производства.

Достижение максимальных коммерческих результатов при данных ресурсах обеспечивается, главным образом, за счет интенсификации всех функций, связанных с торговлей, внедрения новых форм, методов и инструментов коммерческой деятельности.

6. Закон пропорционального развития и всеобщей взаимосвязи находят отражение в принципе планирования коммерческой деятельности. Он реализует необходимость согласованной организации функционирования всех подразделений предприятия, координации действий с партнерами, что способствует оптимизации отношений, и, в конечном счете, повышению их эффективности.

7. Принцип гибкости коммерческой деятельности отражает требования закона спроса и предложения. Коммерческие предприятия могут достичь успеха только в случае, если они свою деятельность будут строить в зависимости от динамики соотношения спроса и предложения, если они смогут предугадывать и активно реагировать на постоянно изменяющуюся рыночную конъюнктуру.

8. Требования законов стоимости и воспроизводства рабочей силы выражает принцип оплаты труда.

9. Принцип минимизации рисков является следствием всеобщего закона экономии времени. Особенность коммерческой деятельности является то, что всегда имеется некая степень неопределенности, что предполагает возможность убытков.

10. Принцип состязательности коммерческой деятельности обуславливается законом конкуренции, требующим постоянного совершенствования всех сторон работы предприятия.

Следует отметить еще одно обстоятельство: данные принципы отражают требования экономических законов, которые могут действовать в различных рыночных условиях. Например, в атмосфере свободной конкуренции или господства монополий действия экономических законов носят различный характер, что не может не отразиться на содержании

принципов коммерческой деятельности. Поэтому следует постоянно сверять ее основные исходные положения с изменяющейся экономической средой [24].

1.2. Функционально-средовой анализ коммерческой деятельности предприятия

Коммерческая деятельность в современном рыночном пространстве осуществляется в сложном взаимозависимом факторном взаимодействии. Проанализируем условия коммерческой деятельности в конкретной организации через функционально - средовой подход (метод) (рис. 1.4).

Любая деятельность, и коммерческая в том числе, осуществляется в конкретной организации в тех условиях, которые там сформированы в результате взаимодействия сотрудников, выполняющих соответствующие функции, обеспечивающие действия организации и достижение поставленных перед организацией (учреждением) целей. Это относится к внутренней среде организации, в которой каждая из функций осуществляется как нацеленные скоординированные действия различных подразделений и отдельных сотрудников для получения конечных результатов деятельности.

Деятельность организации осуществляется во взаимодействии с *внешней средой, средой взаимодействия, информационно-коммуникационной средой и работает в конкурентной среде*, выполняя воспроизводящийся динамичный цикл — постоянной адаптации к изменениям окружающих сред.

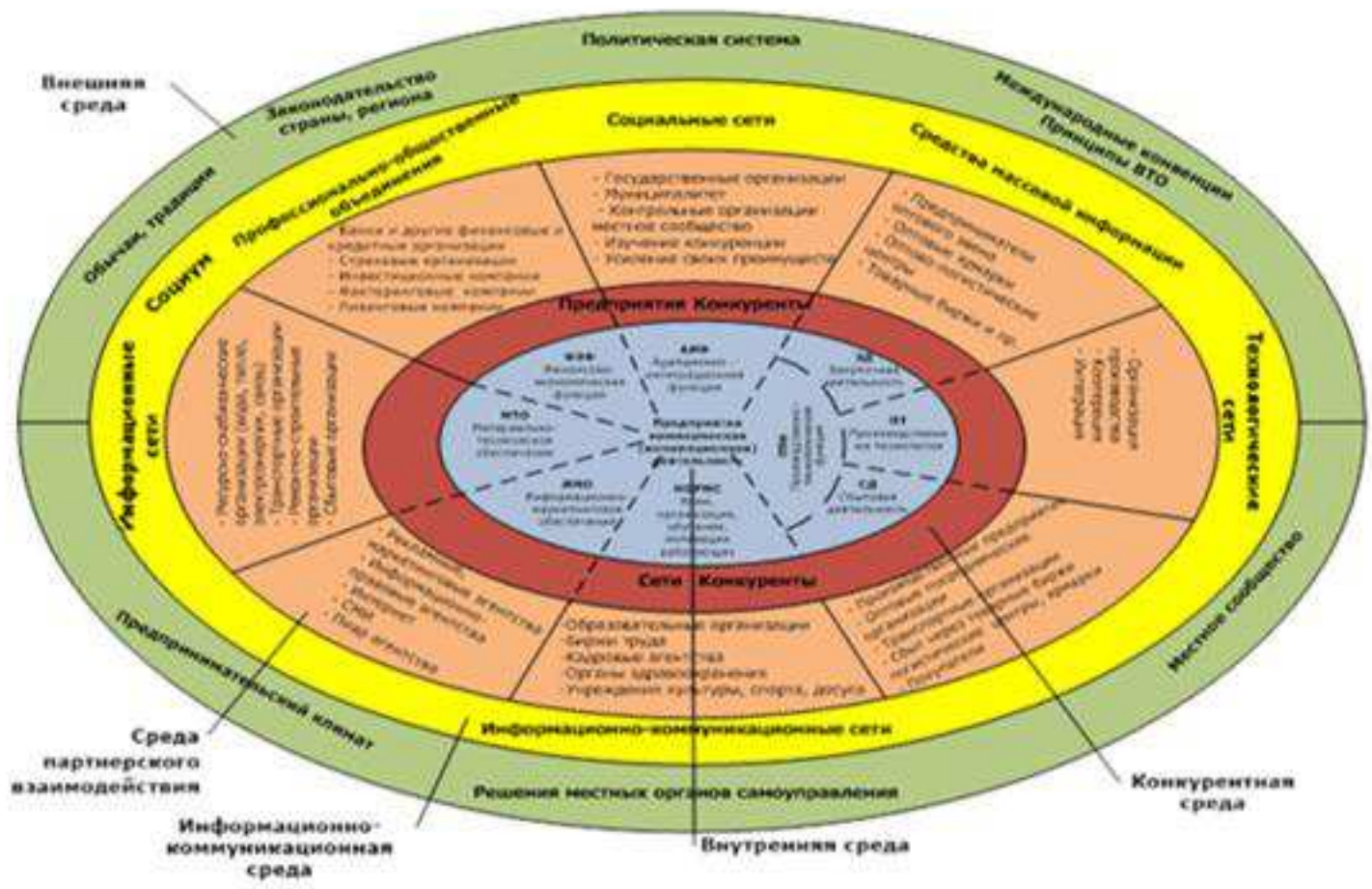


Рисунок 1.4 - Функционально-средовое взаимодействие в коммерческой деятельности

Исходя из современных практик управления, выделяется следующая классификация функций предприятия:

- *адапционная-интеграционная (АИФ)*: в большей степени осуществляется руководством предприятия и его структур. Включает в себя адаптацию к соблюдению законодательства, правил, требований и норм сообщества, поддержание престижа предприятия, проведение анализа и сравнения деятельности с другими успешными предприятиями, проектирование или предвидение необходимых изменений (реструктуризации) с дальнейшим планированием, организацией исполнения и осуществления контроля за реализацией целей развития для дальнейшей успешной работы, интеграция в изменяющуюся среду и кооперационно-сетевые взаимодействия для повышения устойчивости и конкурентоспособности на рынках;

- *производственно-технологическая (ПТФ)*: осуществляется специализированными подразделениями или специалистами. Составляющими являются *закупка товаров* (сырья, полуфабрикатов) необходимого ассортимента для производства продукции или продажи (ЗД), *организация всего производственно-технологического процесса* (приемка, сортировка, переработка, подготовка к реализации (ПД); *организация сбытовой деятельности* (реализации) товаров (СД);

- *финансово-экономическая (ФЭФ)*: осуществляется специалистами под непосредственным контролем руководства. Включает весь спектр учета наличия и правильного расходования ресурсов и средств, обеспечения их безопасности (страхования), ведения налоговых расчетов, работу с банками и кредитами, своевременное инвестирование в выгодные проекты или предоставление займов, обеспечение своевременных расчетов за закупленные товары, расходные материалы, обслуживание основных средств и оплаты за использованные ресурсы, в том числе оплата труда, поиск ресурсов, экономические расчеты и др.;

- *материально-технического обеспечения (МТО)*: обеспечивается как собственными специалистами, так и по аутсорсингу. Включает обслуживание и

модернизация зданий, сооружений, оборудования, обеспечение ресурсами, транспортное обеспечение работы предприятия, закупка необходимых ресурсов и др.;

- *информационно-маркетингового обеспечения* (ИМО): в основном обеспечивается руководством предприятия, но обязательно широкое участие руководителей и специалистов отдельных направлений деятельности, которые отслеживают и предлагают для адаптации в организации информацию об изменениях в своих областях знаний и происходящих изменениях в отношениях с партнерами, конкурентами. 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, системах поддержки государством и др.;

- *работа с персоналом предприятия* – развитие, мобилизация и полное использование *человеческого потенциала* (НОРМС) — подбор, наем, обучение, организация работы, мотивация, стимулирование, контроль за исполнением своей работы, развитие корпоративной культуры, лояльности, развитие систем участия в делах предприятия. Это работа на развитие важнейшего ресурса организации- человеческого потенциала, который в итоге и приводит в действие все ранее названные функции и обеспечивает (не обеспечивает) качественный результат.

В современной экономике все большее влияние имеют кооперационно-сетевые структуры, которые в основном, взаимодействуя на долгосрочной основе для достижения высоких конечных результатов, достигают оптимального кооперирования своих ресурсов, что обеспечивает им повышенную устойчивость на рынке, снижение трансферных затрат и получение более высокого конечного результата. Под кооперационно-сетевыми взаимодействиями предприятий, организаций определяются процессы взаимопроникновения и гармонизации за счет одновременного платформенного действия на этой площадке производителей, потребителей,

посредников, в формах иерархий, рынка и сетей как единого целого, на основе признания общих целей и ценностей, кооперации своих ресурсов или их частей, при сохранении самостоятельности участников и их лидерства, при соблюдении добровольной связанности, при возможном взаимодействии с властными и общественными структурами и на основе использования современных информационных технологий и коммуникаций, в том числе социальных сетей. Они являются неотъемлемыми составляющими деятельности предприятия, в том числе для обеспечения инновационной деятельности как качественных изменений, или адаптации к новым условиям осуществляется путем изменений отдельных или ряда его функций в разных средах.

Как отдельные предприятия так и в целом предпринимательская сеть имеет *внутреннюю среду, работает в конкурентной среде, в среде партнерского взаимодействия, информационно-коммуникационной среде и во внешней среде.*

Из рис. 1.4 видно, что деятельность любой организации происходит в сложном и взаимозависимом пространстве. Прежде всего, она работает в конкретной внешней среде, в среде партнерского взаимодействия и конкурентной среде за счет реакции и изменений, реализуемых во внутренней среде предприятия (сети предприятий).

При этом *конкурентной средой* следует считать все организации, занимающиеся аналогичным бизнесом.

Среда партнерского взаимодействия — все организации и учреждения, с которыми взаимодействует предприятие в повседневной или в специальной деятельности по достижению поставленных целей. Для каждой функции предприятия характерны свои связи в среде взаимодействия. Так для ФЭФ -это банки, страховые компании, фонды, бизнес-ангелы, гранты и исследовательские организации и др. Для МТО – поставщики энергии, тепла, воды, связи, транспорта, ремонтные организации, поставщики частей и т.д.

Информационно-коммуникационная среда обеспечивает необходимой информацией и услугами сам технологический процесс, на получение необходимой информации нацелена работа всех функциональных подразделений и самого руководства предприятия (сети), информация служит основой для принятия решений по текущим и стратегическим направлениям работы.

Внешняя среда — это законодательство страны, региона, решения муниципалитетов, международные конвенции, обычаи, предпринимательский климат и другие факторы, на которые предприятие при развитии инновационной деятельности практически не влияет.

Таким образом, коммерческая деятельность предприятия зависит от внешней среды и среды взаимодействия и осуществляется в конкурентной среде, информационно-коммуникационной среде, выполняя воспроизводящийся динамичный цикл во внутренней среде для достижения поставленных целей.

С учетом функционально-средового метода рассмотрим проявление этих функций во внешней и внутренней среде предприятия, где их роли существенно различаются. (табл. 1.2).

Для этого сформируем матрицу — состояние функций предприятия и их проявление в различных средах. Для начала рассмотрим блок состояние функции предприятия и их проявление во внешней и внутренней средах (см. табл. 1.2).

Таблица 1.2 - Оценка проявления функций во внешней и внутренней среде предприятия

Функция предприятия	Оценка взаимодействия при ее реализации во внешней среде	Оценка взаимодействия при ее реализации во внутренней среде
Адаптационно-интеграционная (АИФ)	С государственными организациями и учреждениями, контрольно-надзорными органами, местным сообществом, общественными организациями	Согласование деятельности всех подразделений управления на основе стратегических и тактических задач, соблюдения Законов РФ, требований надзорных органов, ожиданий местного сообщества и корпорационной культуры

Функция предприятия		Оценка взаимодействия при ее реализации во внешней среде	Оценка взаимодействия при ее реализации во внутренней среде
Производственно-технологическая (ПТФ)	Закупочная деятельность для обеспечения основной деятельности (ЗД)	Использование регламентов по закупке, приемке, хранению, выкладке, закупленных товаров и услуг, рациональность закупок и ассортимента	Организация приемки товаров, фасовки, подготовки к производству, поставка на производство
	Производственно-технологический процесс (ПТФ)	Поставщики, оптовики, товарные биржи, центры оптовой торговли, логистические компании, производители	Отделы производства и коммерции, учитывая позиции отделов и центров прибыли вносят предложения по совершенствованию закупочной деятельности
	Сбытовая деятельность (СД)	Производственные предприятия, оптовые и посреднические организации, транспортные организации, товарные биржи, логистические центры. Граждане-покупатели и др.	Отделы коммерции (сбыта) формируют предложения по совершенствованию СД на основе развития новых изделий, размещений торговых точек, формирования лояльности потребителей, акций по продвижению продуктов и др.
Финансово-экономического обеспечения (ФЭО)		Банки и другие финансовые организации, страховые, инвестиционные, факторинговые, лизинговые и другие компании. Организации поддержки инноваций. РИС	Финансово-экономические службы с учетом финансово-экономических возможностей предприятия и получения финансирования оптимизируют распределение финансовых ресурсов для достижения целей
Материально-технического обеспечения (МТО)		Ресурсоснабжающие организации (вода, тепло, электроэнергия, интернет, компьютерное обслуживание, помещения и др.), транспорт, ремонтостроительные, сбытовые и др.	Оптимизация планирования и контроля потребления ресурсов. Внутренние регламенты и стимулирование по экономии ресурсов
Информационно-маркетингового обеспечения (ИМО)		Участие в региональных событиях, анализ законодательства, решений федеральных, региональных, местных органов власти. Росстат, информационно-правовые агентства, Интернет, СМИ, PR-рекламные агентства, анализ конкурентов, маркетинговые и исследования рынка и др.	Руководители обмениваются накопленной информацией по своим направлениям, обсуждают возможные изменения на предприятии. Получение предложений от центров прибыли. Анализируют возможности и разрабатывают предложения по совершенствованию работы организации
Работа по набору, обучению, регламентированию деятельности, мотивации и стимулирования персонала по обеспечению коммерческой деятельности предприятия (НОРМС)		Кадровые агентства, образовательные организации, биржи и органы здравоохранения, пенсионные фонды, организации культуры, спорта, досуга и др.	Отдел кадров формирует программу развития человеческого потенциала (ПРЧП), на основе сотрудничества с ВУЗами, ССУЗами, центрами занятости, повышения квалификации, мотивации и стимулирования работников, формирование резерва, здоровых условий труда, отдыха и участия работников в развитии

Аналогичную оценку (анализ) состояния деятельности предприятия следует провести для конкурентной и среды взаимодействия предприятия (см. таблицу 1.3).

Таблица 1.3 - Оценка проявления функций в конкурентной среде и среде взаимодействия предприятия

Функция предприятия		Оценка взаимодействия при ее реализации в конкурентной среде	Оценка взаимодействия при ее реализации в среде взаимодействия
Адаптационно-интеграционная (АИФ)		Системное изучение работы конкурентов, их опыта и новых практик, внедрение их лучшего опыта в свою деятельность. Выстраивание противодействия или выгодного кооперационно-сетевого взаимодействия с конкурентами. Развитие собственных конкурентных преимуществ за счет интеграционно-сетевого взаимодействия	Установление наиболее лояльных отношений с субъектами среды взаимодействия — личные контакты руководителей с руководителями банков, страховых компаний, обеспечение доверия в налоговых и таможенных органах и др. Формирование кооперационно-сетевых взаимоотношений на основе стратегических альянсов и др.
Производственно-технологическая (ПТФ)	Закупочная деятельность для обеспечения основной деятельности (ЗД)	Формирование закупочных союзов, кооперативов, изучение методов и форм закупок, выгодных условий у конкурентов и применение на своем предприятии	Поиск оптимальных соглашений, решений с субъектами среды взаимодействия, по логистике, объемам закупок, получение бонусов, встраивание сетевых надежных партнерских отношений
	Производственно-технологический процесс (ПТФ)	Изучение производственных технологий у конкурентов, кооперация и сетевое взаимодействие по отдельным передлам с другими предприятиями	Выработка совместно с субъектами среды взаимодействия долгосрочных планов перевооружения, кредитования предприятия, сотрудничество с университетами по организации ПТП, внедрение новых процессов и др.
	Сбытовая деятельность (СД)	Формирование конкурентоспособной сбытовой сети, сбытовых союзов, кооперативов, изучение опыта конкурентов, использование его в своей практике. Применение наиболее оптимальных каналов сбыта	Сотрудничество и долгосрочные отношения с логистикой, оптовыми предприятиями, развитие систем товарного кредита и др.
Финансово-экономического обеспечения (ФЭО)		Изучение опыта конкурентов, применение его в своей практике; оптимизация затрат, развитие систем экономии, качественный финансово-экономический анализ, разработка систем рационального управления ФЭО на основе кооперационно-сетевого взаимодействия	Достижение лучших условий в работе с банками, другими финансовыми, страховыми, инвестиционными, факторинговыми, лизинговыми и другими компаниями. Организации поддержки инноваций по государственным и частным программам
Материально-технического		Оптимизация (кооперация) потребления ресурсов (вода, тепло,	Изучение программ обслуживания бизнеса применяемых

Функция предприятия	Оценка взаимодействия при ее реализации в конкурентной среде	Оценка взаимодействия при ее реализации в среде взаимодействия
обеспечения (МТО)	электроэнергия, использования помещений, транспорта, множительной и другой техники. Рационализация ремонтов и тех обслуживания	субъектами среды взаимодействия, поиск и использование оптимальных тарифов и условий обслуживания
Информационно-маркетингового обеспечения (ИМО)	Рационализация потоков маркетингового и информационного обслуживания, соблюдение коммерческой тайны, участие в событиях конкурентов и изучение их опыта	Участие в общественных событиях, спонсирование важных для ваших потребителей событий в спорте, культуре, поддержка акций ваших партнеров из среды взаимодействия, совместные спортивные и другие события
Работа по набору, обучению, регламентированию, мотивации и стимулированию персонала на обеспечение коммерческой деятельности предприятия (НОРМС). Развитие человеческого потенциала организации (РЧП)	Реализации программы развития человеческого потенциала (ПРЧП), подбор и обучение конкурентоспособного персонала всех уровней, формирование собственной фирменной культуры, приглашение ведущих специалистов из конкурирующих организаций. Защита своего ведущего персонала от конкурентов	Широкое сотрудничество с персоналом организаций сферы взаимодействия, поддержка личных контактов между специалистами одного профиля, участие в общественных событиях, юбилеях, поздравления с профессиональными праздниками, проведение совместных праздников, приглашение на свои события

Анализ, приведенный в табл. 1.2 и 1.3., и дополненный финансово-экономическим анализом деятельности предприятия позволяет увидеть реальное состояние дел и стать основанием для того, чтобы спроектировать деятельность всех подразделений (функций) предприятия (сети предприятий) для реализации намеченных изменений (инноваций) в деятельности. При этом следует понимать, что любые изменения в интересах развития предприятия могут и должны производиться путем изменения его функциональной деятельности, т.е. проведения необходимых изменений в осуществлении конкретных функций. При этом видны глубокая взаимозависимость и взаимопроникновение функций одна в другую. Так, при нарушениях в финансовом обеспечении предприятия последуют изменения по ассортименту, срокам и формам расчетов по закупке необходимого ассортимента, его широты и глубины, что приведет к изменениям в продажах, снижению товарооборота, выручки, увеличению кредитования или несвоевременности расчетов, с поставщиками товаров, а также ресурсов, налоговым выплатам и, возможно, затронет сроки и условия оплаты сотрудникам. Поэтому осуществление

инновационных преобразований предприятия охватывает, практически всегда всю его функциональную деятельность.

Таким образом, анализ обеспечения функций предприятий для реализации производственной деятельности и возможностей развития показывает, что эта деятельность достаточно сложная, многогранная, требует понимания процессов и высокой квалификации и информированности руководителей всех уровней и обеспечение участия в реализации задач широкого круга работников предприятия (сети) и активного сотрудничества с субъектами внешней среды и ответственного поведения с субъектами конкурентной среды.

В сложном взаимодействии внешних и внутренних факторов, активной работы с организациями, обеспечивающими работу предприятия в среде взаимодействия и в конкуренции с аналогичными организациями, при различных базовых условиях можно спроектировать развитие коммерческой деятельности.

Разработка и реализация такого сквозного анализа «функции-среды» и проектирование достижения одного из типов изменений, инноваций, усовершенствование деятельности предприятия на такой же основе, с учетом принятых в экономике и финансовой деятельности показателей, которые количественно могут характеризовать состояние процесса как при анализе, так и после внедрения инноваций позволяет системно обеспечивать инновационное развитие.

Таким образом, любые обновляющие действия (реструктуризация) предприятия – это, прежде всего, преобразования в отдельных или нескольких функциях деятельности предприятия в разных средах.

Использование функционально-средового метод анализа и проектирования результатов позволяет разработать комплексные действия внутри предприятия по его функциям (подразделениям), определить действия предприятия среди конкурентов (в конкурентной среде), организовать работу с субъектами среды взаимодействия и опираться на возможности и требования внешней среды [40].

1.3. Современные подходы к оценке эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли

В современных условиях предприятия торговли ориентированы на повышение эффективности коммерческой деятельности. Показатели деятельности предприятия подразделяются на две группы, оценивающие две категории: экономическую эффективность и экономический эффект.

Экономическая эффективность определяется как соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами. Целью торгового предприятия является достижение максимальных результатов деятельности при оптимальном экономическом потенциале предприятия, относительном сокращении издержек обращения и высокой культуре обслуживания [44].

Для всесторонней оценки эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности торгового предприятия чаще всего используют систему показателей [42]. Рассмотрим систему показателей, характеризующих экономическую эффективность коммерческой деятельности предприятия (см. табл. 1.4).

Экономический эффект – это результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход, прибыль [46].

При принятии адекватных управленческих решений, например, собственники, инвесторы, государство, апеллируют системой относительных показателей (коэффициентов), отражающих качественные изменения деятельности коммерческого предприятия. Основными задачами коммерческого предприятия является максимизация объема выручки и прибыли. Рассмотрим показатели экономического эффекта.

Таблица 1.4 – Показатели экономической эффективности коммерческой деятельности

Группа показателей	Показатели	Формула расчета
1. Эффективность использования основных фондов	Фондоотдача (руб.)	$\Phi_o = \text{ТО} / \text{ОФ}$
	Фондоемкость (рур.)	$\Phi_e = \text{ОФ} / \text{ТО}$
	Фондорентабельность (руб.)	$\Phi_{рен} = \text{п} / \text{оф}$
	Фондовооруженность (руб.)	$\Phi_{воор} = \text{ОФ} / \text{Чср}$
	Товарооборот на 1 кв. м. торговой площади (руб.)	$\text{Т на } 1\text{м}^2 = \text{Т} / \text{S}$
2. Эффективность использования оборотных средств	Оборачиваемость оборотных средств (дни)	$\text{ВрОбр} = \text{Т} / \text{ОбС} * 360$
	Скорость обращения (об.)	$\text{СкОб} = \text{ОбС} / \text{Т}$
3. Эффективность использования трудовых ресурсов	Производительность труда (тыс. руб.)	$\text{П} = \text{Т} / \text{Ч}$
	Прибыль на одного работника (тыс. руб.)	$\text{Пна } 1\text{раб.} = \text{П} / \text{Ч}$
4. Эффективность текущих затрат	Уровень издержек обращения (%)	$\text{Уио} = \text{ИО} / \text{Т}$
	Затратоотдача (товарооборот на 1 руб. текущих затрат), руб.	$\text{З} = \text{Т} / \text{ИО}$
5. Эффективность использования товарных запасов	Оборачиваемость товарных запасов, дни	$\text{ОбТЗ} = \text{ТЗ} / \text{P} * 360 \text{ дн.}$

Коэффициент изменения валовых продаж (КВП) – отражает количественное приращение объема продаж в отчетном (текущем) году и рассчитывается:

$$K_{ВП} = \frac{\text{Выручка}_1 - \text{Выручка}_0}{\text{Выручка}_0} = \frac{\Delta \text{Выручка}}{\text{Выручка}_0}, \quad (1)$$

где $\text{Выручка}_1, \text{Выручка}_0$ - сумма выручки за отчетной (1) и прошлый (0) периоды.

Коэффициент валовой прибыли (валового дохода) (КВД) – показывает долю валовой прибыли в выручке (в сфере производства – производственной прибыли), долю валового дохода (в сфере обращения – чистого дохода от перепродажи):

$$K_{ВД} = \frac{\text{Валовая прибыль (валовой доход)}}{\text{Выручка}}, \quad (2)$$

Коэффициент операционной прибыли (прибыли от продаж) - EBIT (КПР) (Return on sales (ROS) или operating profit margin) – показывает эффективность основной деятельности предприятия:

$$K_{ПР} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}}, \text{ или } \text{ROS} = \frac{\text{EBIT}}{\text{RS}}, \quad (3)$$

Коэффициент общей операционной прибыли (прибыли от продаж) (КОП) – EBITDA margin – показывает прибыльность бизнеса, не скорректированную особенностями системы сбора налогов того или иного государства и (или) долговой нагрузкой предприятия:

$$K_{\text{ОП}} = \frac{\text{Прибыль до \% к уплате и налогообложения}}{\text{Выручка}}, \text{ или } \text{EBITDA}_{\text{margin}} = \frac{\text{EBITDA}}{\text{RS}}, \quad (4)$$

Рентабельность по EBITDA применяется в целях бенчмаркинга и сравнения эффективности нескольких предприятий (компаний) из разных стран, с различными структурами капитала, но работающими в одной и той же сфере. Если показатель выше 12%, то компания успешная, если меньшее – «сигнал» для применения мер по ее сохранению «на плаву».

Коэффициент чистой прибыли (КЧП) – (Return Net Income (RNI)) – показывает прибыльность всего бизнеса (деятельности) предприятия за период времени:

$$K_{\text{ЧП}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}}, \text{ или } \text{RNI} = \frac{\text{NI}}{\text{RS}}, \quad (5)$$

Рентабельность активов (РА) (Return on assets (ROA) или Return on total assets (ROTA) – характеризует эффективность имущества (активов) предприятия - ресурсоотдача:

$$P_A = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Активы}}, \text{ или } \text{ROA} = \frac{\text{NI}}{\text{Total assets(TA)}}, \text{ ROA} = \frac{\text{EBI}}{\text{TA}}, \quad (6)$$

Рентабельность собственного капитала (РСК) (Return on equity (ROE)) - характеризует эффективность использования собственных источников финансирования деятельности предприятия:

$$P_{\text{СК}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал(СК)}}, \text{ или } \text{ROE} = \frac{\text{NI}}{\text{Equity(E)}}, \quad (7)$$

Рентабельность вложенного (перманентного) капитала (РВК) (Return on capital employed (ROCE)) - показывает отдачу долгосрочного капитала (собственного капитала и долгосрочного заемного капитала) и определяется по формуле:

$$P_{\text{ВК}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{(\text{СК}) + \text{ДО}}, \text{ ROCE} = \frac{\text{EBIT}}{\text{E} + \text{LTL}} = \frac{\text{EBIT}}{\text{TA} - \text{CL}}, \quad (8)$$

где $\overline{ДО}$, \overline{LTL} – среднее значение долгосрочных обязательств (long-term liabilities); \overline{CL} - среднее значение краткосрочных обязательств (short-term liabilities) [31].

Использование системного подхода при проведении оценки эффективности коммерческой деятельности позволяет более глубоко изучить предприятие. Результаты оценки эффективности являются базой для принятия обоснованных управленческих решений [40].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникшей в результате разделения труда и связанной с процессом купли-продажи товаров и оказанием торговых услуг с целью получения прибыли

Анализ коммерческой деятельности ООО «М.видео» за 2017-2018 гг. выявил следующие тенденции в работе предприятия.

Динамика развития предприятия в 2018 году по сравнению с 2017 годом была положительной: произошло увеличение практически всех показателей предприятия. Оборот розничной торговли за два года вырос на % при росте производительности труда на %.

Наблюдается повышение эффективности использования всех видов ресурсов: основных и оборотных средств, трудовых ресурсов. Практически все рассчитанные виды рентабельности свидетельствуют о повышении экономического эффекта работы предприятия. Кроме того предприятие занимает лидирующие позиции среди конкурентов по несколько качественным показателям.

Проведенный в ходе бакалаврской работы анализ свидетельствует том, что коммерческая деятельность на данном предприятии эффективна, однако есть некоторые недостатки:

- Наблюдается высокая текучесть кадров – в целом по предприятию в 2018 году уволилось по собственному желанию % всех работников;

- Рост оплаты труда опережает рост результатов труда, то есть происходит перерасход средств на оплату труда, что также вызвало увеличение уровня издержек на предприятии.

В целях преодоления названных проблем и роста эффективности предприятия, в том числе в части управления персоналом, предложены следующие мероприятия:

- Разработка системы стимулирования и мотивации работников;

- Построение системы оплаты труда на основе прямой взаимосвязи оплаты и результатов труда.

При внедрении в деятельность ООО «М.видео» названных рекомендаций предприятие получило следующие результаты:

1. Рост производительности труда составил %, то есть на % больше фактический рост показателя в 2018 году;

2. Оборот розничной торговли дополнительно увеличился почти на 10% по сравнению с 2017 годом.

3. При сохранении уровня валовой прибыли ее сумма возросла дополнительно на млн. руб.

4. При этом уровень издержек снизился бы с % до %, а общая экономия средств составила бы тыс. руб.

5. В результате названных изменений рентабельность продаж увеличилась бы с % до %, что принесло бы дополнительно тыс. руб. прибыли.

Внедрение данных мероприятий позволит повысить эффективность организации коммерческой деятельности предприятия в целом, что экономически обосновано и подтверждается расчетами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации : текст с изменениями и дополнениями на 2018 год. - Москва : Эксмо, 2018. - 64 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 03.08.2018, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2019). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. от 29.07.2018, с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2018). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 №146-ФЗ (ред. от 06.06.2019). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 06.06.2019). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс] : федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2018). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
8. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : закон от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.03.2019). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
9. О развитии малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае [Электронный ресурс] :закон Красноярского края от 4 декабря 2008 № 7-2528. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

10. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс] : федер. закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 23.04.2018). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

11. Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 15.12.2001 № 167-ФЗ (ред. от 11.12.2018). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

12. Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.07.1998 № 125-ФЗ (ред. от 07.03.2018). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

13. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в российской федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

14. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. – Введ. 2010-01-01. - М: Издательство стандартов, 2010. - 8с.

15. GfK: спрос на рынке бытовой техники и электроники восстановился [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/news/researches/2017/08/21/161847.phtml>

16. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов. – М. : Дашков и К, 2018. – 286 с.

17. Бакаева, В. В. Организация и технология розничной торговли: учебник для вузов / В. В. Бакаева. – Новосибирск : Сибирский университет потребительской кооперации, 2015. – 132 с.

18. Брагин, Л.А. Торговое дело : экономика и организация : учебник / Л. А. Брагин, Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 259 с.

19. Бусыгина, Е. В. Грейдинг как инструмент мотивации персонала // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/04/81797>

20. Валигурский, Д. И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник для бакалавров / Д. И. Валигурский. – М. :

Дашков и К, 2018. – 300 с.

21. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность / С. Н. Виноградова. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 180 с

22. Гуняков, Ю. В. Коммерциология : теория коммерческой деятельности. Т. 2 / Ю.В. Гуняков; Краснояр. гос.торг.-экон. ин-т.-Красноярск, 2008.-220 с.

23. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: теория коммерческой деятельности. Том 1 / Ю. В. Гуняков; Краснояр. торг.-эконом. ин-т. – Красноярск, 2008. – 232 с.

24. Гуняков, Ю. В. Начала коммерциологии : функциональный аспект: монография / Ю. В. Гуняков; Краснояр. гос. торгово-экон. ин-т. – Красноярск, 2008.-322 с.

25. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговых процессов / Л. П. Дашков. – М. : Маркетинг, 2015. – 389 с.

26. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: учебник для вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – Москва: Маркетинг, 2012. – 699 с.

27. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Дашков и К, 2014. — 520 с.

28. Дмитриева, С. А. Методические подходы к оценке результативности деятельности коммерческого предприятия // Виттевские чтения. – 2014. - №1. – С. 163-166.

29. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учеб. пос. / В. Н. Дорман. – М. : Юрайт, 2017. – 136 с.

30. Егоров, В. Ф. Организация торговли: учебник для вузов / В. Ф. Егоров. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 344 с.

31. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / Т.Н. Жукова. — Санкт-Петербург: Вектор, 2014. — 256 с.

32. Иванова, М. Б. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / М.Б. Иванова, М. Ю. Иванов. — Москва: РИОР, 2013.— 266 с.

33. Иванова, М. Б. Организация и технология коммерческой деятельности

- : учеб. пособие / М. Б. Иванова, М. Ю. Иванов. — Москва: РИОР, 2016. — 96 с.
34. Каплина, С. А. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие./ Москва : Феникс, 2014.- 416 с.
35. Каплина, С. А. Технология торговли : учеб. пособие / С.А. Каплина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2015. — 447 с.
36. Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: учебное пособие для вузов / под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. — СПб. : Политехника, 2012. — 322 с.
37. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы как инструмент инновационного развития территории : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, Д. А. Толстой, А. О. Куимов. — М. : ИНФРА-М ; Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. — 343 с.
38. Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности : монография / Г.В. Маклаков. — М. : Дашков и Ко, 2016. — 232 с.
39. Николаева, Т. И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / Т.И. Николаева // Маркетинг в России и зарубежом. — 2016. - №4. — С. 97-104.
40. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В. Куимова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 537 с.
41. Организация коммерческой деятельности предприятия: коммерциология. Ч.1. Организационно-экономические предпосылки коммерческой деятельности: учебное пособие / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В. В. Куимова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016.— 112 с.
42. Организация торговли : учебник для экон. фак. торг. вузов.-Москва : Экономика, 2013.-319 с.
43. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности : Практикум / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. - Москва : Юнити, 2014. - 364 с.
44. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов. — Москва : Дашков и Ко, 2013.-580 с.

45. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. – Москва : Маркетинг, 2013. – 412 с.

46. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф. П. Половцева.- Москва : ИНФА - М, 2014. - 248 с.

47. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация : учебник / под общ. ред. проф. Т.П. Данько. — Москва: ИНФРА-М, 2014. — 560 с.


48. Федорова, М. А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Том 9 №10. – С. 110-114.

49. Яковлев, Г. А. Основы коммерции : учебное пособие / Г. А. Яковлев. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 223 с.

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

Торгово-экономический институт
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой


Ю.Ю. Сулова
« 03 » 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.06. «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»
на тему: «Организация коммерческой деятельности предприятия и ее
совершенствование»

Руководитель


подпись, дата

д-р экон. наук, профессор
должность, ученая степень

В.В. Куимов
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

ЭУ15-03Б-К
группа

С.С. Васильев
инициалы, фамилия

Нормоконтролер


подпись, дата

доцент, канд. экон. наук
должность, ученая степень

А.В. Волошин
инициалы, фамилия

Красноярск 2019