

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

Торгово-экономический институт  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Суслова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.01 «Коммерция»

код и наименование специальности

Формирование благоприятных возможностей коммерческой деятельности  
организации

тема

Научный руководитель	_____	<u>ст. преподаватель</u>	<u>Л.В. Багузова</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		<u>М. Д. Симонова</u>
	подпись, дата		инициалы, фамилия
Нормоконтроллер	_____	<u>доцент, к.э.н.</u>	<u>А.В. Волошин</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1 Теоретические основы исследования коммерческой деятельности предприятий .....	5
1.1 Коммерческая деятельность: понятие, роль, сущность, цели, задачи ...	5
1.2 Принципы организации коммерческой деятельности .....	13
1.3 Функционально-средовой метод анализа и проектирования коммерческой деятельности предприятий ..	20
2 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «МФ Стиль» .....	27
2.1 Организационно-правовая характеристика предприятия ООО «МФ Стиль» .....	27
2.2 Экономическая характеристика предприятия ООО «МФ Стиль» .....	35
2.3 Анализ конкурентоспособности предприятия ООО «МФ Стиль» .....	44
3 Анализ и направления формирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятия ООО «МФ Стиль» .....	49
3.1 Оценка благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятия ООО «МФ Стиль» с позиций функционально-средового метода .....	49
3.2 Разработка мероприятий по формированию благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятия ООО «МФ Стиль» .....	75
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	84
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	87
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	91

## ВВЕДЕНИЕ

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. Однако успешное овладение хозяйствующими субъектами в соответствии с экономическими интересами новыми движущими силами развития требует иного видения коммерческой деятельности.

Коммерческую деятельность в данном аспекте можно определить как отношения торгового превращения внешних ресурсов в ее вещественный и личный факторы, которые в совокупности образуют благоприятные возможности для её развития [28].

Благоприятные возможности коммерческой деятельности представляют собой обширную сферу оперативно-организационной деятельности торговых организаций и предприятий, направленных и способствующих совершенствованию процессов, принципов и функций взаимодействия [26]. Среди благоприятных возможностей особое значение имеет личный фактор. В противоположность материальным (деньги, технологии, оборудование), которые делают коммерческую деятельность различных предприятий схожей, знания персонала являются специфическим ресурсом. Именно их запас в любой своей форме (экономической, технической, управленческой и организационной, научной) и способность их применения в практике коммерческой деятельности определяют конкурентные преимущества каждого предприятия и выделяют его из множества подобных [28]. Необходимость выявления

благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий для последующего роста эффективности функционирования понимают руководители лишь небольшого процента предприятий, преимущественно крупных, поэтому тема бакалаврской работы является актуальной.

Цель бакалаврской работы – выявление и обоснование благоприятных возможностей коммерческой деятельности организации ООО «МФ Стиль».

Сформулированная в бакалаврской работе цель конкретизируется в следующих задачах:

- обозначить основные теоретические аспекты исследования благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий;
- изучить организационно-экономическую характеристику организации ООО «МФ Стиль»;
- оценить эффективность использования ресурсов предприятия ООО «МФ Стиль»;
- обосновать функциональный подход выявления возможностей развития коммерческого предприятия ООО «МФ Стиль»;
- выявить благоприятные условия для эффективной деятельности предприятия ООО «МФ Стиль».

Предмет исследования – благоприятные возможности коммерческой деятельности.

Объект исследования – предприятие ООО «МФ Стиль».

Информационной базой исследования становятся труды отечественных и зарубежных авторов (Д.Ю. Гунякова, Ю.В. Гунякова, Л.П. Дашкова, В.В. Куимова, Л.В. Осиповой, Ф.Г. Панкратова, А. Смит, И.Ф. Шерр), материалы периодической печати, документы бухгалтерской отчетности предприятия и результаты собственных исследований.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 44 наименования. Бакалаврская работа содержит 91 страницу, 43 таблицы, 19 рисунков.

# 1 Теоретические основы исследования коммерческой деятельности предприятий

## 1.1 Коммерческая деятельность: понятие, роль, сущность, цели, задачи

Благоприятные возможности коммерческой деятельности представляют собой обширную сферу оперативно-организационной деятельности торговых организаций и предприятий, направленных и способствующих совершенствованию процессов, принципов и функций взаимодействия [26]. При этом современная практика ведет к переосмыслению процессов, происходящих в самом цикле коммерческой деятельности – развитие. Традиционно являясь завершающей в цикле «производство – потребление», коммерческая деятельность играет самую существенную роль в доведении продукта до потребителя, а на этой основе постоянно расширяется включенность в этот процесс все большего числа людей [39].

В отечественной и зарубежной экономической литературе существуют различные определения коммерческой деятельности, одни из распространенных определений показаны в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Определения понятия «коммерческая деятельность»

Автор	Определение «коммерческая деятельность»	Ссылка
Гражданский кодекс РФ	Получение прибыли	[2]
В.И. Даль	Торг, торговля, торговые обороты, купеческие промыслы	[13]
Осипова Л.В., Синяева И.М.	Совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли	[29]
Панкратов Ф.Г.	Совокупность торговых процессов по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли	[31]
Половцева Ф.М.	Совокупность коммерческих операций, направленных на эффективную куплю продажу и доведения товаров до потребителей с ориентацией на спрос и получение реальной прибыли	[33]

## Окончание таблицы 1.1

Автор	Определение «коммерческая деятельность»	Ссылка
Гуляков Ю.В.	Сложная и противоречивая система экономических и торгово-технологических отношений взаимовыгодной купли-продажи между субъектами рынка.	[12]
Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц	Совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли.	[14]
Куимов В.В. Гуляков Ю.В., другие авторы	Как система отношений торгово-экономических и торгово-технологических в целях максимизации взаимовыгоды для удовлетворения экономических интересов продавца и покупателя	[28]
Иванов С.А.	Рыночная деятельность, имеющая своей целью получение прибыли или рыночного дохода	[19]
Минько Е.В.	Совокупность процессов, включающих в себя операции по совершению купли и продажи товаров и услуг, а также удовлетворение требований покупателей	[25]
Гарвардская школа бизнеса	Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить потребительские требования	[22]

Логичную последовательную теорию коммерческой деятельности разработал профессор Гуляков Ю.В. [12]. По его мнению – «обмен не сводится только к труду по осуществлению товародвижения, а представляет собой общественный процесс, формирования отношений, связанных с производством, распределением, потреблением и обеспечивающий их единство и динамику, т.е. функционирование экономики в целом. 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» [12].

Райзберг Б.А. утверждает, что коммерческая деятельность охватывает торговый процесс и различные формы предпринимательства, которые связаны со сбытом, предоставлением услуг покупателям [35].

Следовательно, под коммерческой деятельностью понимается купля и продажа товаров, нацеленные на спрос покупателей и получение прибыли организацией. И.Ф. Шерр утверждает, что торговое предприятие – это и есть выражение коммерческой деятельности [42].

Разные толкования коммерческой деятельности определяется тем, что само понятие многоаспектно. Данное понятие рассматривается с позиций предпринимателя, экономиста, финансиста, товароведа и т.д. Несмотря на различие в понятиях, многие ученые сходят в едином мнении, что предметом коммерческой деятельности является купля-продажа товаров (услуг) в сфере обращения с главным условием – удовлетворением потребностей (запросов, требований) собственно потребителей [21].

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 [28].

Коммерческая деятельность выступает совокупностью отношений по поводу купли-продажи с целью получения взаимовыгоды. Поэтому можно говорить о том, что коммерческая деятельность создает возможности для

формирования синергетических эффектов [9]. Реальным ускорителем технического и социального прогресса является коммерческая деятельность по внедрению нововведений (новых товаров и услуг) и массовое их потребление в товарах, товарных комплексах и услугах, а внутренней силой движения – коммерческая предприимчивость, использование методов продвижения товаров и услуг, принятых в торговой практике [28].

В отличие от имеющихся определений, коммерческая деятельность в научном осмыслении взаимосвязей между продавцами и покупателями – это сложная и противоречивая система экономических и торгово-технологических отношений взаимовыгодной купли-продажи между субъектами рынка (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Сущность коммерческой деятельности предприятий [28]

Данное определение универсально, поскольку раскрывает суть любого вида коммерческой деятельности предприятий, независимо от их рынков, организационно-правовой формы, масштаба, особенностей организации,



применяемых технологий, реализуемых товаров. Все торговые предприятия различны, но сущность коммерческой деятельности как системы экономических и торгово-технологических отношений у них едина, что и позволяет им взаимодействовать. Это их всеобщая субстанция. И главная задача состоит в ее эффективной организации.

Как видно, сущность коммерческой деятельности дуалистична. Определяющими и наиболее сложными в ней являются составляющие ее глубинную природу экономические отношения: транзакции, по поводу обмена товарами (купли-продажи) и правами собственности на них. Стороны объективно нуждаются друг в друге: нельзя продать, если нет покупателя, и наоборот. В договорном периоде обособленные субъекты торговли стараются сделать свои действия максимально согласованными. В целях максимизации полезности коммерческой сделки контрагенты должны постоянно совершенствовать свои соглашения по поводу достижения равновесного состояния величин своих затрат и выгод, т.е. в большей степени учитывать экономические интересы друг друга. Это позволяет снять противоречия между их целями, инициативами и результатами. Наиболее скрыты в данной системе отношения собственности. При торговом обмене товар продавца становится собственностью покупателя, который взаимно на эквивалентной основе передает ему свой (чаще в денежной форме). В результате каждая сторона приобретает права присвоения, владения, распоряжения и пользования полученным товаром. Глубинный смысл коммерческой деятельности как раз и состоит в эквивалентном обмене правами собственности. Возможные разногласия сторон преодолеваются при совершенствовании транзакций, переговоров и организации хозяйственных связей и при полной ясности об обладателе права собственности и того, кто кому должен платить за право пользоваться товарами. Полнота знаний о рынке, контрагентах, учет их интересов, владение правовыми нормами, уменьшение рыночной неопределенности и придание отношениям партнерского характера позволяют

предельно конкретно согласовать взаимные требования и обязательства, установить четкие параметры осуществления коммерческой сделки.

В рамках экономической структуры коммерческой деятельности организуется группа торгово-технологических отношений, связанных с управлением товарами, позволяющих оптимизировать хозяйственные связи между ее участниками [28].

Экономическую основу улучшения коммерческой деятельности составляет оптимизация отношений между субъектами, а техническую – совершенствование торгово-технологических процессов (производственная функция). Существенно, что эффективность данной системы обеспечивают не только продвинутые технологии или рекламные средства. Она – следствие синергии этих взаимосвязанных подсистем. В данном ракурсе тексты договоров, акты приемки товаров по количеству и качеству, накладные и прочая сопровождающая документация представляются не просто соответствующими деловыми свидетельствами; в них следует видеть коммерческие отношения. Знание двух сторон единой системы отношений важно при определении источников ее эффективности и конкурентных преимуществ. Результаты их взаимодействия прогнозируются, намечаются, отражаются в соответствующих показателях, учитываются и анализируются по мере их формирования. Действия сторон на рынке не случайны, они обусловлены внутренним единым универсальным принципом – максимальной полезности, расчета и оптимального выбора. Организация коммерческой деятельности представляет собой процесс сознательного, взаимосвязанного и непрерывного взаимодействия контрагентов и их воздействия на объекты торговли (планирование, организация взаимодействия, учета и контроля и т.д.) для придания процессам купли-продажи коммерческой направленности и получения определенных результатов. При этом субъекты всегда стремятся найти лучшие способы и средства координации своих взаимоотношений посредством организации эффективных механизмов, форм и методов купли-продажи для того, чтобы обеспечить устойчивость деятельности в условиях

неопределенности рынка и снизить возможные риски. Их познание, организация, измерение позволяют раскрыть глубинные свойства коммерческой деятельности и на этой основе выявить преимущества и неиспользованные возможности повышения ее результативности, обосновать планируемые доходы и издержки, безубыточный объем продаж и запас финансовой устойчивости [28].

Любая деятельность, в том числе и коммерческая, имеет определенную направленность и организуется для достижения поставленных целей, которые можно назвать целями функционирования.

Цель коммерческой деятельности – достижение взаимной выгоды (дохода, прибыли). Являясь атрибутом рынка, коммерция формируется на его принципах, которые служат неперенным условием ее развития. Гарантией реализации этих целей, является содержание коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность – состоит в:

- а) формировании рынка товаров и услуг;
- б) обосновании направлений и масштабов развития их производства;
- в) в соответствии с потребностями общества и отдельных потребителей;
- г) доведении товаров до потребителей;
- д) организации самого процесса потребления;
- ж) коммерческом посредничестве;
- з) установлении договорных связей на рынке товаров и услуг [23].

В ходе коммерческой деятельности постоянно происходит анализ потребностей рынка, согласование уровня производства и уровня потребления, расширение имеющихся рынков и появление новых [18].

К задачам коммерческой деятельности предприятий относятся:

- прогнозирование, изучение емкости рынка;
- развитие информационно-рекламной составляющей коммерческой деятельности;
- мотивация и обучение персонала;
- повышение качества обслуживания покупателей;

- улучшение условий труда персонала;
- поиск взаимовыгодных поставщиков, либо партнеров;
- прочее [16].

В зарубежных источниках подчеркивается стратегический подход к решению задач коммерческой деятельности предприятий [32].

Содержание коммерческой деятельности показано на рисунке 1.2 на логической модели:

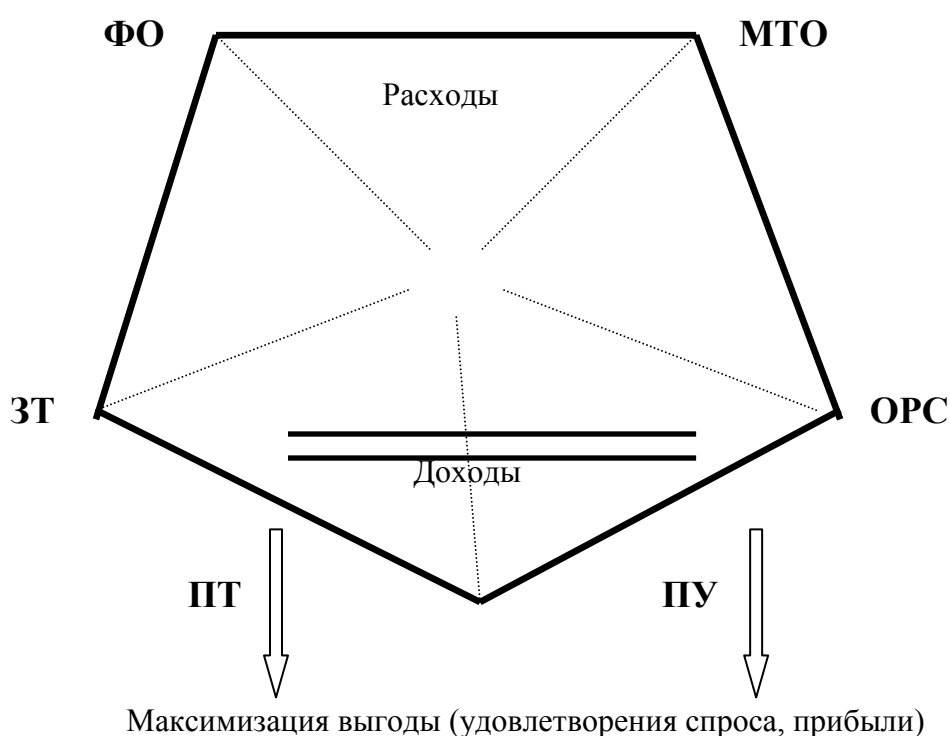


Рисунок 1.2 – Модель содержания коммерческой деятельности [28]

Экономическая составляющая функций, выполняемых коммерческими предприятиями, одинакова: все они, выражая отношения купли-продажи на соответствующем рынке, направлены на достижение основной цели. Одни из них связаны с покупкой денежного капитала, материально-технических средств, труда, информации, товаров. Другие, в частности информационная функция, с одной стороны, предполагает маркетинговое обслуживание процессов купли-продажи, а с другой – выступает связующим коммуникативным центром всех остальных и, обеспечивая их взаимодействие,

участвует в создании синергетического эффекта коммерческой деятельности. А продажи (сбыт) продукции и услуг обеспечивают возмещение расходов на выполнение каждой функции и получение необходимой выгоды (прибыли в частности) [28].

Таким образом, организация коммерческой деятельности, внося определенную упорядоченность в торговые процессы, обеспечивая согласованные действия персонала, участвующего в формировании отношений с партнерами, должна приводить к оптимизации внутренних и внешних отношений и, как следствие, к повышению эффективности, улучшению процесса формирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий.

## **1.2 Принципы организации коммерческой деятельности**

Эффективность организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности зависит от того, насколько полно и правильно определены и применяются принципы.

Принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности – это основные исходные положения, определяющие своего рода правила, нормы, требования к формированию и реализации.

В литературных источниках приводятся во многом схожие принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности, как правило, определяемые субъективным восприятием внешних форм. По мере развития рыночных отношений и движения экономики к своему новому инновационному типу, основанному на знаниях, организация благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий не может и далее осуществляться интуитивным методом проб и ошибок. Она должна иметь под собой исследовательскую базу, а принципы ее организации быть научно обоснованными, которые при их правильном применении станут гарантом повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия [28]. Общие принципы организации благоприятных возможностей коммерческой

деятельности с учетом все внутренних и внешних факторов показаны на рисунке 1.3:



Рисунок 1.3 – Принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности

Как известно еще со времен А. Смита, регулятором рыночных отношений является «невидимая рука» [38]. Поэтому организация благоприятных возможностей коммерческой деятельности не может строиться без учета действия системы объективных экономических законов. Именно совокупность последних детерминирует принципы эффективной организации, которые

должны отражать требования этих законов и служить ее организационной основой. Тогда принципы становятся «первоначалами», исходными положениями формирования всей гаммы отношений коммерческой деятельности (табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности

Экономические законы	Принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности	Проявление в организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Основной экономический закон	Целевой направленности	Благоприятные возможности коммерческой деятельности организуются с условием дальнейшей максимизации прибыли, доходности организации
Закон возвышающихся потребностей	Более полного удовлетворения платежеспособного спроса	Осуществляется посредством маркетинговых мероприятий, создающих базу для формирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Закон спроса и предложения	Гибкости	Прогнозирование и планирование благоприятных возможностей коммерческой деятельности на основе результатов проведенных маркетинговых исследований рынка, потребителей и пр.
Закон циклического развития	Выделения ведущего звена	Оценка фаз развития, этапов по формированию и организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Всеобщий закон экономии времени	Оптимизации издержек обращения и повышения эффективности	Анализ затрат фирмы на предыдущих этапах, расчет на альтернативной основе оптимальных издержек обращения на плановый период и контроль за их движением в процессе организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Закон пропорционального развития	Соразмерности	Прогнозирование и программно-целевое планирование всех функций коммерческой деятельности, организации контроля за их исполнением, оперативной коррекции коммерческих действий в отношении организации благоприятных возможностей
Закон разделения и кооперации труда	Партнерства	Маркетинговые исследования потенциальных партнеров, выбор из них наиболее эффективных и заключение с ними соглашений, контроль и корректировка отношений

## Окончание таблицы 1.2

Экономические законы	Принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности	Проявление в организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Закон стоимости	Эквивалентного обмена товарами	Изучение спроса и предложения, учет и согласование экономических интересов сторон, разработка гибких систем цен для последующей организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности
Закон конкуренции	Соперничества	Разработка бизнес-плана, исследование элементов SWOT-анализа, разработка системы мер по сокращению потерь, составление программы по сокращению влияния рисков в отношении организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности

Принцип целевой направленности обусловлен действием основного экономического закона капиталистического способа производства, определяющего целевую функцию торговли как максимизацию экономической выгоды. Последняя является ведущей целью и показателем эффективности функционирования коммерческих предприятий. Она формирует благоприятные возможности для их расширенного воспроизводства, повышения конкурентоспособности. Инструменты реализации данного принципа – это определение стратегии предприятия, разработка долгосрочных и краткосрочных целей, составление «дерева целей» и соответствующего «дерева ресурсов», т. е. программно-целевое планирование, и их достижение [28].

Принцип более полного удовлетворения спроса покупателей обусловлен требованиями закона возвышающихся потребностей. Учет экономических интересов всех сторон и их коммерческая реализация выступают основным средством достижения главной цели в организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности. Реализация данного принципа осуществляется посредством проведения маркетинговых исследований, направленных на изучение спроса покупателей, и разработки мероприятий по его наиболее полному удовлетворению, например, формирование в



соответствии со спросом покупателей ассортимента товаров, информирование о нем производителей продукции, повышение качества обслуживания.

Принцип гибкости организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности отражает требование закона спроса и предложения. Его осуществление означает, что торговля не может находиться в застывшем, раз и навсегда данном состоянии. Коммерческие предприятия могут достичь успеха только в случае, если они свою деятельность будут строить в зависимости от динамики соотношения спроса и предложения, активно реагировать на постоянно изменяющуюся рыночную конъюнктуру. Инструментами реализации данного принципа являются маркетинговые исследования и создание на этой основе системы прогнозирования и планирования организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности в сочетании с оперативным их уточнением, коррекцией.

Принцип ведущего звена вытекает из закона циклического развития. На каждом этапе развития благоприятных возможностей коммерческой деятельности на первый план выдвигаются определенные цели и задачи, от ускоренного решения которых в первую очередь зависит успешная реализации стратегии предприятия, а значит, оптимальность отношений на каждой фазе и в целом на всем пути торговых действий. Данный принцип осуществляется посредством анализа этапов развития предприятия и товара, выявления фазы, на которой оно находится в настоящее время, и ее особенностей, определения первостепенных задач, от форсированного решения которых зависит повышение эффективности благоприятных отношений коммерческой деятельности [28].

Принцип оптимизации издержек обращения выражает требования закона экономии времени и закона прибыли. Реализация данного положения предполагает эффективное формирование и использование всех имеющихся благоприятных возможностей предприятия, что, в свою очередь, становится важным фактором максимизации удовлетворения экономических интересов. Принцип предполагает выбор таких коммерческих отношений, которые

обуславливают рациональные затраты на коммерческую деятельность. Достижение максимальных коммерческих результатов при данных ресурсах обеспечивается, главным образом, за счет интенсификации всех функций, внедрения новых прогрессивных форм, методов и инструментов коммерческой деятельности. Реализация данного принципа предполагает проведение различных расчетов, в процессе которых полученные результаты сопоставляются с осуществленными затратами посредством абсолютных и относительных показателей, определение мер дальнейшего повышения эффективности организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности. Инструментами реализации данного принципа являются, таким образом, анализ затрат фирмы на предыдущих этапах, расчет на альтернативной основе оптимальных издержек обращения на плановый период и контроль за их движением в процессе организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности.

Закон пропорционального развития находит отражение в принципе соразмерности организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности. Он реализует необходимость организации согласованного функционирования всех подразделений предприятия, координации действий с партнерами, что способствует оптимизации отношений и в конечном счете повышению их эффективности. Реализация данного принципа осуществляется посредством прогнозирования и программно-целевого планирования всех функций коммерческой деятельности, организации контроля за их исполнением, оперативной коррекции коммерческих действий [28].

Требования законов разделения и кооперации труда находят выражение в принципе формирования партнерского характера отношений. Механизм, позволяющий реализовать его, включает маркетинговые исследования потенциальных партнеров, выбор из них наиболее эффективных и заключение с ними соглашений с взаимным учетом интересов, контроль и своевременную корректировку отношений.

Требования закона стоимости выражает принцип эквивалентного обмена товарами. Он определяет ценовую основу взаимоотношений между продавцами и покупателями. Инструментами его использования служат изучение спроса и предложения, учет и согласование экономических интересов сторон, разработка гибких систем цен.

Принцип состязательности организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности обуславливается законом конкуренции. Особенностью последней является то обстоятельство, что она всегда характеризуется борьбой в условиях той или иной степени неопределенности и возможными убытками. Осуществление данного принципа предполагает использование целого ряда инструментов: бизнес-плана, SWOT-анализа, позволяющих, с одной стороны, раскрыть возможности и угрозы рынка, сильные и слабые стороны самой фирмы, а также выявить причины возможных рисков – с другой. На этой основе становится возможной разработка системы мер по минимизации возможных потерь, программы управления рисками, подкрепленной необходимыми расчетами. Ее контроль и соответствующая корректировка позволяют своевременно обнаружить нежелательные тенденции и предупредить их негативные воздействия на организацию благоприятных возможностей коммерческую деятельность [28].

Таким образом, принципы организации благоприятных возможностей коммерческой деятельности, отражая требования объективных законов, становятся правилами, исходными положениями формирования гаммы отношений коммерческой деятельности. И чем совершеннее они реализуются, что означает более полное использование требований указанных законов, тем выше эффективность отношений по поводу купли-продажи. Отличаясь общим характером, данные принципы пронизывают все стороны функционирования предприятия. Чтобы стало возможным их осуществление в каждом его подразделении, они должны быть конкретизированы в особых правилах, нормах, инструкциях исполнения каждой коммерческой функции, в частности, служить основой установления в них транзакционных отношений и

определения принципов выбора эффективных инструментов, ресурсов, партнеров, формирования ассортимента товаров, организации цепочки создания ценности, пр.

### 1.3 Функционально-средовой метод анализа и проектирования коммерческой деятельности предприятий

Благоприятные возможности коммерческой деятельности проявляют себя через различные обязательно осуществляемые ее субъектами функции. Под последними понимается совокупность определенных действий в процессе обмена, которые они должны совершать, чтобы достичь коммерческих целей [33]. Благоприятные возможности коммерческой деятельности предприятий осуществляются в сложном взаимозависимом факторном взаимодействии. Рассмотрим на примере рисунка 1.4.

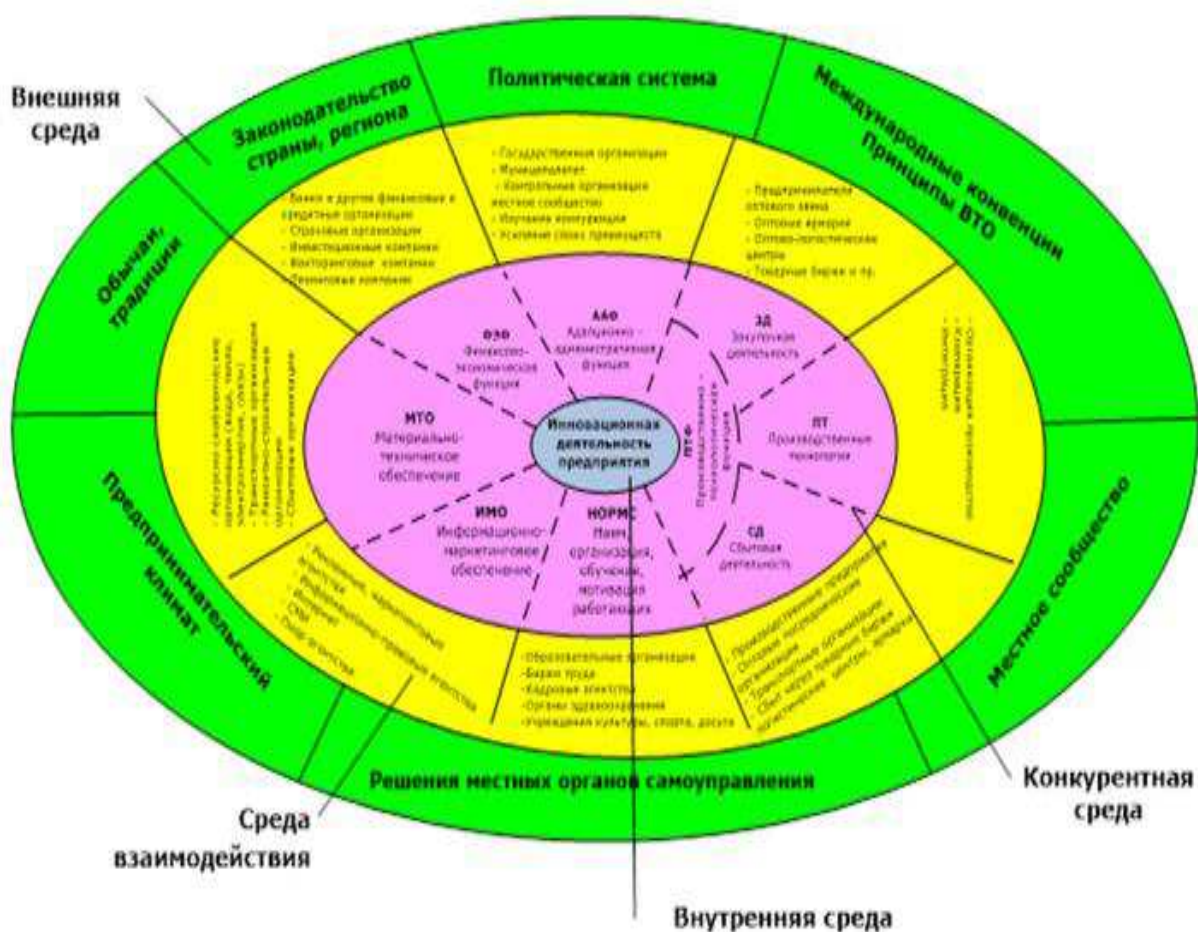


Рисунок 1.4 – Функционально-средовой анализ благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий [28]

Благоприятные возможности коммерческой деятельности осуществляются во внутренней среде во взаимодействии с внешней средой, средой взаимодействия и работают в конкурентной среде, выполняя воспроизводящийся динамичный цикл постоянной адаптации внутренней среды и функций предприятия к изменениям окружающих сред, на основе анализа информации о рынках и конкурентах, законодательстве и предпочтениях покупателей, формируя и организовывая продуктивную деятельность коллектива организации для достижения поставленных целей, обеспечивая финансовые возможности для всего цикла коммерческой деятельности, осуществляя закуп необходимого ассортимента товаров и услуг, обеспечивая наличие и работоспособность материально технических условий для проведения этой работы и формируя активный сбыт товаров и услуг (ценностных предложений) как комплекс повторяющихся мер в цикле коммерческой деятельности [28].

Учитывая особую значимость формирования благоприятных возможностей коммерческой составляющей в общей цепи развития, следует исследовать как современные, так и отдаленные процессы анализируемых явлений и выяснить, «каким будет и какие ресурсы востребует дальнейшее развитие». Поскольку правильный ответ на этот вопрос позволяет перспективно строить отношения внутри бизнеса, создавать законодательную базу, которая будет соответствовать будущему, и, главное, новые поколения, приходящие в экономику, будут правильно ориентироваться в будущих процессах развития [9].

Исходя из современных практик управления, выделены следующие функции для анализа благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий:

– адапционная-административная, которая в большей степени осуществляется руководством предприятия и его структур и включает следующую деятельность: соблюдение 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, анализа и планирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности организации;

– производственно-технологическая, которая осуществляется специализированными подразделениями или специалистами, основными ее составляющими являются закупка товаров (сырья, полуфабрикатов) необходимого ассортимента, которые необходимы для производства продукции или продажи (ЗД), организация всего производственно-технологического процесса как приемка, сортировка, переработка, подготовка к реализации (ПД); организация сбытовой деятельности (реализации) товаров (СД), создания благоприятных возможностей в данной сфере;

– финансово-экономическая функция осуществляется специалистами под непосредственным контролем руководства, в нее включается весь спектр деятельности, связанный с учетом наличия и правильного расходования всех ресурсов и средств, обеспечения их безопасности (страхования), ведение налоговых расчетов, работа 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, создание сопутствующих благоприятных возможностей;

– функция материально-технического обеспечения исполняется как собственными специалистами, так по аутсорсингу, к ней относятся обслуживание и модернизация зданий, сооружений (собственных или арендованных), оборудования, обеспечение ресурсами (вода, тепло, энергия, интернет, связь, расходные материалы, и др.), транспортное обеспечение работы предприятия, закупка необходимых ресурсов и др.;

– функция информационно-маркетингового обеспечения 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 выражается через подбор, наем, обучение, организацию работы, мотивацию, стимулирование, контроль за исполнением своей работы, развитие корпоративной культуры, лояльности, развитие систем участия в делах предприятия [28].

Анализ показывает, что некоторые составляющие предлагаемых функций могут выполняться и выполняются сторонними организациями на основе аутсорсинга, кооперации или систем обслуживания, принятых, например, в банках, страховых компаниях, логистических центрах, у оптовых поставщиков, поставщиков ресурсов, в кадровых агентствах, учебных заведениях и др. В современной экономике все большее влияние имеют кооперационно-сетевые структуры, которые в основном, взаимодействуя на долгосрочной основе для достижения высоких конечных результатов, благоприятных возможностей их коммерческой деятельности, достигают оптимального кооперирования своих ресурсов, что обеспечивает им повышенную устойчивость на рынке, снижение трансферных затрат и, в конечном результате позволяют получить более высокий конечный результат.

С учетом функционально-средового метода будет в таблице 1.3 рассмотрено проявление этих функций во внешней и внутренней среде предприятия, где их роли существенно различаются.

Таблица 1.3 – Оценка проявления функций во внешней и внутренней среде предприятия по формированию благоприятных возможностей коммерческой деятельности

Функции		Оценка взаимодействия возможностей при реализации во внешней среде	Оценка взаимодействия возможностей при реализации во внутренней среде
Адаптационно-интеграционная		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
Производственно-технологическая	Закупочная деятельность для обеспечения основной деятельности	Использование регламентов по закупке, приемке, хранению, выкладке, закупленным товаров и услуг, рациональность закупок и ассортимента	Организация приемки товаров, фасовки, подготовки к производству, поставка на производство
	Производственно-технологический процесс	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, покупатели и др.	Отделы коммерции (сбыта) формируют предложения по совершенствованию сбытовой деятельности на основе развития новых изделий, размещения торговых точек, формирования лояльности потребителей, акций по продвижению продуктов и др.
Финансово-экономического обеспечения		Банки и другие финансовые организации, страховые, инвестиционные, факторинговые, лизинговые и другие компании.	Финансово-экономические службы с учетом финансово-экономических возможностей предприятия и получения финансирования оптимизируют распределение финансовых ресурсов для достижения целей
Материально-технического обеспечения		Ресурсоснабжающие организации, транспорт, ремонтостроительные, сбытовые и др.	Оптимизация планирования и контроля потребления ресурсов. Внутренние регламенты и стимулирование по экономии ресурсов



Окончание таблицы 1.3

Функции	Оценка взаимодействия возможностей при реализации во внешней среде	Оценка взаимодействия возможностей при реализации во внутренней среде
Информационно-маркетингового обеспечения	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	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

Анализ, приведенный в таблице 1.3, позволяет увидеть реальное состояние дел и стать основанием для того, чтобы спроектировать деятельность всех подразделений (функций) предприятия (сети предприятий) для формирования благоприятных возможностей. 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 видна глубокая взаимозависимость и взаимопроникновение функций одна в другую. Стержневой основой каждой функции является организация взаимовыгодных товарно-денежных отношений с поставщиками или покупателями (табл. 1.4). Финансовая функция обеспечивает хозяйственные связи данного предприятия при формировании благоприятных возможностей коммерческой деятельности с субъектами рынка капитала, материально-техническая – с рынком средств производства, найм рабочей силы – с рынком

труда, информационная – с рынком информации; продажа товаров, услуг обуславливается рынком покупателей [28].

Таблица 1.4 – Коммерческие функции торговых предприятий, необходимых для формирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности [28]

Условия КД при формировании ее благоприятных возможностей	Функция коммерческой деятельности	Стороны функции	
		экономическая	торгово-технологическая
Осуществляется на денежной основе	Финансовая	Отношения с финансово-кредитными учреждениями. По кредитному договору, фондовым рынкам	Хранение, инкассация финансовых ресурсов
Оборудование, материалы, транспорт находятся у других предприятий	Материально-техническая	Отношения с поставщиками материально-технических ресурсов по договору поставки	Транспортировка, складирование, хранение
Осуществляется специалистами	Обеспечение рабочей силой	Отношения с носителями рабочей силы по трудовому контракту, рекрутинговыми организациями	Техника безопасности, охрана труда
Организуется на основе информации	Информационная, маркетинговая	Отношения с носителями информации по договору купли-продажи информации	Сбор, обработка, хранение
Отсутствие товаров для продажи	Закупка товаров	Отношения с поставщиками товаров по договору поставки	Транспортировка, складирование, хранение
Наличие закупленных товаров	Продажа товаров	Отношения с розничными покупателями по договору купли-продажи	Подготовка к продаже, размещение, выкладка
Наличие условий для оказания услуг	Продажа товаров, услуг	Отношения с розничными покупателями	Техническое обслуживание товаров, транспортировка

Следовательно, анализ обеспечения функций предприятий для реализации коммерческой деятельности и возможностей благоприятного 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 и активного их сотрудничества с субъектами внешней и внутренней среды.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выявление и обоснование благоприятных возможностей коммерческой деятельности организации ООО «МФ Стиль» способствовала следующим выводам.

Организация коммерческой деятельности, внося определенную упорядоченность в торговые процессы, обеспечивая согласованные действия персонала, участвующего в формировании отношений с партнерами, должна приводить к оптимизации внутренних и внешних отношений и, как следствие, к повышению эффективности, улучшению процесса формирования благоприятных возможностей коммерческой деятельности предприятий.

Предприятие ООО «МФ Стиль» является официальным дилером компании «Калипса» (марка Tescoma), юридическом лицом, на рынке функционирует более 15 лет, основной экономической деятельностью служит оптовая, розничная торговля посуды марки Tescoma, организационная структура является линейно-функциональной. Анализ персонала предприятия ООО «МФ Стиль» показал неизменную численность в 2017 году по сравнению с данными 2016 года (30 чел.). Наибольшую долю в структуре персонала предприятия ООО «МФ Стиль» занимает обслуживающий персонал со средним специальным образованием и стажем работы в торговле. Анализ производительности труда персонала предприятия ООО «МФ Стиль» выявил положительную динамику в 2017 году, выраженную в росте выручки и производительности труда работников. В ходе исследования организационно-правовой характеристики предприятия ООО «МФ Стиль» определены следующие слабые места: низкая доля обслуживающего персонала для торгового предприятия, высокая доля административного персонала, небольшое количество сотрудников с высшим образованием, наличие сотрудников без профессионального образования, только со средним образованием.

Предприятие ООО «МФ Стиль» по экономическим показателям является

рентабельным, выручка увеличивается только за счет роста цен, высоки доли в структуре выручки у посуды для приготовления и обработки продуктов, варки и жарки продуктов, сервировки стола, расходы и доходы в организации в 2017 году увеличились. При этом исследование экономических показателей предприятия ООО «МФ Стиль» позволило выявить следующие слабые места: увеличение расходов (издержек обращения, налоговых отчислений, прочих расходов), падение физических объемов продаж на фоне увеличения оборота розничной торговли предприятия только за счет роста цен.

ООО «МФ Стиль» занимает на рынке г. Красноярска определенную нишу, имеет достаточно высокий уровень конкурентоспособности и известности среди покупателей, небольшое количество прямых, ближайших конкурентов. В ходе исследования конкурентоспособности предприятия ООО «МФ Стиль» определены следующие слабые места: магазин не работает в выходные дни, некоторое оборудование в магазине является устаревшим, невысокий профессиональный уровень работников предприятия.

В совокупности с функциями коммерческой деятельности сформированы благоприятные факторы для формирования возможностей предприятия ООО «МФ Стиль»: тесное взаимодействие с поставщиком; наличие эффективных коммуникативных внутренних и внешних связей в организации; необходимость реформирования функций работы с персоналом в организации; эффективно применяемые финансово-экономические ресурсы, которые могут быть направлены на реализацию ряда возможностей; материально-техническая обеспеченность предприятия.

Оценка эффективности использования ресурсов предприятия ООО «МФ Стиль» свидетельствовала о росте эффективности использования финансово-экономических ресурсов, трудовых ресурсов, части материальных ресурсов (кроме оборотных средств, где идет замедление оборачиваемости), являющиеся благоприятными возможностями для реализации мероприятий. Финансовые, трудовые, материальные ресурсы на предприятии ООО «МФ Стиль» используются активно, менее активно – информационные, организационные.

Из мероприятий по формированию благоприятных возможностей коммерческой деятельности ООО «МФ Стиль» разработаны следующие:

1. Ежеквартальное обучение управленческих сотрудников на курсах, повышение их квалификации.

2. Поиск решений по сокращению нарушений договорных обязательств поставщиками, таким решением может стать разработка штрафных мер для компании ООО «Тескома» (г. Москва).

3. Обновление части торгового и складского оборудования снижение суммы товарных потерь на складе (штрафы для кладовщиков при порче товаров); уменьшение процента брака при поступлении посуды, ее приемки по качеству на складе (штрафы для поставщика при выявлении брака).

4. Разработка программ по экономии средств, мероприятий для привлечения покупателей (рекламные акции со снижением цен, скидки в зависимости от размера покупки, вручение памятных подарков).

5. Снижение товарных запасов за счет ценовых распродаж продукции; а также за счет снижения доли закупок тех категорий товаров, по которым в ходе исследования будет отмечена явная отрицательная динамика с наибольшим ростом по суммам.

6. Пересмотр графика работы предприятия, обновление части торгового и складского оборудования, ежеквартальное обучение сотрудников на курсах, повышение их квалификации.

7. Изменение структуры персонала, постоянное повышение их квалификации на соответствующих курсах, помощь в получении дополнительного образования, составление программ развития персонала.

Разработанные мероприятия, благоприятные возможности позволят улучшить, совершенствовать различные функции коммерческой деятельности предприятия ООО «МФ Стиль» во внутренней и внешней среде взаимодействия, принесут при этом для организации существенный социально-экономический эффект, способствующих экономическому росту, увеличению конкурентоспособности.



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

Торгово-экономический институт  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Ю.Ю. Сулова  
« 18 » 06 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.01 «Коммерция»

код и наименование специальности

Формирование благоприятных возможностей коммерческой деятельности  
организации

тема

Научный руководитель	<u>Л.В. Багузова</u> подпись, дата	<u>ст. преподаватель</u> должность, ученая степень	<u>Л.В. Багузова</u> инициалы, фамилия
Выпускник	<u>М.Д. Симонова</u> подпись, дата		<u>М. Д. Симонова</u> инициалы, фамилия
Консультант	<u>К.И. Кумов</u> подпись, дата	<u>д-р.экон.наук, профессор</u> должность, ученая степень	<u>Кумов. В.В.</u> инициалы, фамилия
Нормоконтроллер	<u>А.В. Волошин</u> подпись, дата	<u>доцент, к.э.н.</u> должность, ученая степень	<u>А.В. Волошин</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2018