

Посвящается 50-летию со дня образования
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»

О.В. Пигунова Е.П. Науменко

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Допущено
Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебного пособия
для студентов учреждений высшего образования
по специальностям «Коммерческая деятельность»,
«Экономика и управление на предприятии»



Минск
«Вышэйшая школа»
2014

УДК 658.618(075.8)

ББК 65.29-2я73

П32

Рецензент: кафедра коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынке Белорусского государственного экономического университета; заведующая кафедрой экономики и организации производства Могилевского государственного университета продовольствия, доктор экономических наук, профессор А.Г. Ефименко

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства.

Пигунова, О. В.

П32 Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О. В. Пигунова, Е.П. Науменко. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 255 с., : ил.

ISBN 978-985-06-2318-8.

Рассматриваются сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия, функции и структура коммерческой службы, организационное построение службы сбыта, службы маркетинга и материально-технического обеспечения. Подробно описываются методы комплексного исследования рынка, оценки конкурентоспособности предприятия, а также ведение коммерческой деятельности по закупкам материальных ресурсов. Приводятся задания для аудиторных занятий и самостоятельной работы.

Для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Коммерческая деятельность», «Экономика и управление на предприятии», полезно практическим работникам в сфере коммерческой деятельности.

УДК 658.618(075.8)

ББК 65.29-2я73

ISBN 978-985-06-2318-8

© Пигунова О.В., Науменко Е.П., 2014

© Оформление. УП «Издательство “Вышэйшая школа”», 2014

ПРЕДИСЛОВИЕ

Высокая динамика изменений рыночной среды требует от предприятий производственной сферы быстрой ответной реакции и разработки адекватных решений на всех уровнях управления. Решения, принимаемые на уровне топ-менеджеров, необходимо оперативно и эффективно реализовывать всеми функциональными службами предприятия, что позволяет обеспечивать изменения внутренней среды в соответствии со стратегическими задачами на рынке. В реализации стратегических целей предприятия важную роль играет его коммерческая деятельность, которая не только обеспечивает выполнение основных экономических целей, но и повышение ценности выпускаемой продукции за счет эффективной инновационной деятельности и рациональной закупочно-сбытовой политики.

В учебном пособии особое внимание уделяется системному подходу к управлению коммерческой деятельностью, направленной на решение стратегических задач предприятия. С учетом проблем, характерных для производственной сферы деятельности хозяйствующих субъектов, подробно рассматривается использование в коммерческой деятельности теории маркетингового управления, знание которой позволяет эффективно применять современные инструменты не только стратегического, но и тактического и оперативного управления.

Учебное пособие содержит теоретический и практический материал. Оно нацеливает на повышение эффективности выполнения всех функций коммерции за счет использования стратегического подхода к их реализации. Большое внимание уделяется информационно-аналитическому обеспечению коммерческой деятельности, разработке ассортиментной политики на основе инновационной деятельности, сбытовой политике предприятия, аутсорсингу и инсорсингу как современным стратегиям коммерческой деятельности, коммерческой деятельности по закупкам материально-технических ресурсов.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
1. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ. . . .	4
1.1. Сущность, содержание и принципиальные подходы к осуществлению коммерческой деятельности предприятия.	4
1.1.1. Сущность коммерческой деятельности и ее место в функциях предприятия.	4
1.1.2. Содержание коммерческой деятельности предприятия	6
1.1.3. Основные принципы коммерческой деятельности предприятия.	7
1.2. Функции и структура коммерческой службы предприятия	10
1.2.1. Основные функции коммерческой службы предприятия	10
1.2.2. Принципы специализации организационной структуры коммерческой службы предприятия и факторы, ее определяющие. . .	12
1.2.3. Организационное построение службы сбыта, службы маркетинга и службы материально-технического обеспечения	14
1.3. Информационно-аналитическое обеспечение коммерческой деятельности предприятия	18
1.3.1. Сущность информационно-аналитического обеспечения и классификация коммерческой информации.	19
1.3.2. Комплексное исследование рынка как основа информационно-аналитического обеспечения коммерческой деятельности предприятия	25
1.3.3. Информация о поставщиках и посредниках предприятия-товаропроизводителя	27
1.3.4. Современные информационные технологии в коммерческой деятельности	32
1.4. Ассортиментная политика предприятия	38
1.4.1. Сущность ассортиментной политики и содержание работы по формированию ассортимента.	38
1.4.2. Инновации в ассортименте предприятия	42
1.4.3. Методы оценки конкурентоспособности продукции	47
1.5. Сбытовая коммерческая деятельность предприятия	55
1.5.1. Содержание и функции сбыта	56
1.5.2. Система сбыта предприятия	58
1.5.3. Сбытовая стратегия предприятия	67
1.6. Коммерческая деятельность по закупкам материальных ресурсов	70
1.6.1. Содержание и функции коммерческой деятельности предприятия по обеспечению материальными ресурсами	70
1.6.2. Планирование коммерческой деятельности предприятия по обеспечению материальными ресурсами	73

1.6.3. Содержание и особенности коммерческой деятельности предприятия по закупкам материальных ресурсов	87
1.6.4. Организация и проведение государственных закупок в Республике Беларусь	90
2. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ	110
2.1. Современные тенденции в построении организационных структур предприятий	110
2.1.1. Характеристики матричной организационной структуры	110
2.2. Аутсорсинг в коммерческой деятельности предприятия	115
2.2.1. Истоки и понятие аутсорсинга.	115
2.2.2. Факторы выбора между производством и приобретением	121
2.2.3. Инсорсинг – стратегия включения в организационную структуру новых бизнес-процессов	125
2.2.4. Структура, контроль и регулирование исполнения обязательств по контракту об аутсорсинге.	127
2.2.5. Критерии выбора поставщика услуг аутсорсинга	128
2.2.6. Влияние глобальных мировых тенденций на развитие аутсорсинга	130
3. ЗАДАНИЯ ДЛЯ АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	133
3.1. Сущность, содержание и принципиальные подходы к осуществлению коммерческой деятельности предприятия	133
3.2. Функции и структура коммерческой службы предприятия	137
3.3. Информационно-аналитическое обеспечение коммерческой деятельности предприятия	145
3.4. Разработка ассортиментной политики предприятия	146
3.5. Сбытовая коммерческая деятельность предприятия	157
3.6. Коммерческая деятельность по закупкам материальных ресурсов	169
3.7. Аутсорсинг в коммерческой деятельности предприятий	204
ПРИЛОЖЕНИЯ.	205
ЛИТЕРАТУРА	251

Учебное издание

Пигунова Ольга Владимировна
Науменко Екатерина Платоновна

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Учебное пособие

Редактор *П.И. Новодворский*
Художественный редактор *В.А. Ярошевич*
Технический редактор *Н.А. Лебедевич*
Корректор *Т.К. Хваль*
Компьютерная верстка *А.И. Стебули*

Подписано в печать 12.07.2014. Формат 84×108/32. Бумага офсетная.
Гарнитура «Times New Roman». Офсетная печать. Усл. печ. л. 13,44.
Уч.-изд. л. 14,09. Тираж 700 экз. Заказ 310.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/3 от 08.07.2013.

Пр. Победителей, 11, 220048, Минск.

e-mail: market@vshph.com <http://vshph.com>

Открытое акционерное общество «Красная звезда».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 2/7 от 28.10.2013.

1-й Загородный пер., 3, 220073, Минск.