

**Яцына Владислав Игоревич**  
студент 4 курса направления подготовки «Менеджмент»

**Коцалап Светлана Александровна,**  
к.э.н., доц.  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В.Даля», г. Алчевск

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ВЭД

*В статье рассматривается управление коммерческой деятельностью на предприятии внешнеэкономической деятельности, понятие, сущность и задачи коммерческой деятельности. Предлагается внедрение системы контроля качества для совершенствования работы предприятия и привлечения клиентов.*

**Ключевые слова:** коммерческая деятельность, бизнес, управление, полный контроль качества, система качества.

**Постановка проблемы.** В современных условиях ведение бизнеса коммерческая деятельность стала центральным направлением разносторонней работы предприятий любых отраслей.

Актуальность и важность темы определяется тем, что анализ и оценка эффективности управления коммерческой деятельностью предприятия и ее совершенствования позволяет менеджерам оценивать текущие процессы, взвешивать полученные результаты, выявлять резервы и разрабатывать меры по устранению различных проблем.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучение и анализ данной проблемы произведен на базе публикаций различных ученых. Теоретическим и практическим аспектам системы управления были посвящены работы А. Бунеевой [2], А. Бобкова [1], Ю. Гунякова, Л. Дашкова, Т. Жуковой [3], Ф. Панкратова [5], Ф. Половцевой, Г. Тютюшкиной и др. [4].

Исследователи сошлись на том, что коммерческая деятельность является частью предпринимательской деятельности на товарном рынке и, по большому счету, отличается только тем, что не охватывает весь процесс производства продукта или оказания услуги.

**Цель исследования.** Проанализировать и систематизировать теоретический материал, связанный с коммерческой деятельностью предприятия ВЭД. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать понятие и сущность коммерческой деятельности;
- обосновать способ совершенствования коммерческой деятельности на предприятии при помощи контроля качества.

**Изложение основного материала.** Поскольку в рыночной экономике преобладают товарно-денежные отношения, то практически каждая единица продукции, производимая на предприятии, обязательно продается и

покупается, т.е. проходит фазу обмена. Продавцы и покупатели товаров совершают сделки купли-продажи, предлагают посреднические и другие услуги [1].

Большинство из людей ассоциирует коммерцию с торговлей, как видом человеческой деятельности. Термин «коммерция» произошел от латинского языка и буквально означает «торговля». Однако, сегодня данный термин обозначает форму обращения товаров, осуществляемую при помощи денег, а также самостоятельную отрасль экономики и деятельность, направленную на покупку и продажу товаров и услуг.

К коммерческой деятельности относятся товары и услуги (объекты коммерческой деятельности), необходимые для совершения коммерческих сделок. Субъектами деятельности являются юридические лица и лица, имеющие право осуществлять коммерческие сделки. С точки зрения современного бизнеса, предпринимательство – это не только коммерческая сделка. Успех коммерческой деятельности напрямую зависит от знания существующей рыночной ситуации, понимания потребностей потребителей и способности её удовлетворить, например, в необходимом ассортименте товаров. По этой причине коммерческая деятельность включает в себя исследование потребительского спроса, управление продуктами, рекламную и информационную деятельность и предоставление услуг. Кроме того, работники предприятий должны уметь находить и выбирать оптимальных поставщиков с учетом определяющих факторов, заключать с ними контракты, организовывать транспортировку товаров, а также создавать рациональные запасы и управлять ими [3].

Улучшить продажу товаров и услуг позволит внедрение «полного контроля качества», т. е. комплексной системы качества.

Типичной ошибкой производителя является уверенность в том, что покупатель купит некачественный, но недорогой товар или услугу. Это возможно только на начальном этапе выпуска продукта или оказания услуги.

Клиент хочет платить как можно меньше, но он хочет получить качество, которое его удовлетворит. Эту аксиому часто забывают производители.

Термин «полный контроль качества» получил широкое распространение с середины 80-х годов. Он означает участие руководства предприятия или исполнителя в бизнес-процессе, основанном на ожиданиях и удовлетворенности клиентов. Этот процесс сопровождается обязательством всех сотрудников неуклонно выполнять его не на словах, а на деле и является довольно трудоёмким. Вся система менеджмента качества предполагает серьезные изменения в организации, т. е. реальные изменения в системе мышления сотрудников и внедрение ряда управленческих процедур [4].

Существует несколько подходов к внедрению общей системы контроля качества, разница которых, в основном, заключается в финансовых возможностях исполнителя. В 1998 году компания Ford потратила на разработку системы контроля качества около 10 миллионов долларов. Однако, в деловом мире таких компаний относительно мало, с точки зрения размера и прибыльности. Малые и средние предприятия не могут позволить себе тратить

много денег на улучшение управления, но даже в сложной экономической ситуации, признают необходимость принятия практических мер по повышению качества своих продуктов и услуг. В целях повышения качества своих бизнес-продуктов и услуг, предприятия преодолеть несколько барьеров, прежде чем станут видны конкретные результаты [5].

– I барьер: ограниченное понимание руководителями разных уровней того, что такое улучшение качества и как оно влияет на эффективность организации коммерческой деятельности на предприятии;

– II барьер: преодоление сопротивления внутри организации инновациям в данной области;

– III барьер: рассмотрение процесса улучшения контроля качества как отдельной кампании управления, которая имеет чёткое завершение;

– IV барьер: рассматривать процесс улучшения контроля качества как динамический процесс, а не как управленческое событие.

Существует несколько причин, по которым организация может участвовать во внедрении комплексной системы менеджмента качества, например [2]:

– улучшение качества облегчает продажу товаров и услуг и улучшает их присутствие на рынке;

– поднимает моральный дух сотрудников, и создаёт атмосферу удовлетворенности их работой.

**Вывод:** Преимущества, которые приносит внедрение комплексной системы контроля качества для предприятия:

1. Повышение удовлетворенности потребителей продуктами и услугами.
2. Укрепление имиджа и репутации предприятия.
3. Повышение лояльность клиентов.
4. Повышение производительности труда.
5. Повышение морального духа работников.
6. Увеличение прибыли.

Система контроля качества не является панацеей от всех проблем на предприятии, но многие благодаря её внедрению решить возможно.

### Список литературы

1. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – Москва: СИНТЕГ, 2017. – 144 с.
2. Бунеева, А.А. Коммерческая Деятельность: Организация И Управление / А.А.Бунеева. – Москва: РГГУ, 2016. – 320 с.
3. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность / Т.Н. Жукова. – М.: Вектор, 2017. – 256 с.
4. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. – М.: Феникс, 2017. – 136 с.
5. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - Москва: Мир, 2017. – 500 с.