

УДК 339.3:339.14(075.8)  
ББК 65.422.1-32я73  
Н65

- Никулина, Надежда Николаевна.**  
**Н65** Организация коммерческой деятельности предприятий.  
По отраслям и сферам применения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Торговое дело» / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 319 с.  
**И. Суходоева, Лариса Федоровна.**  
**П. Эриашвили, Нодари Дарчоевич.**

ISBN 978-5-238-02319-9

Агентство СІР РГБ

Рассмотрены основы организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Приведены особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур, потребительской кооперации. Рассмотрены планы закупочной деятельности и специфика планирования сбыта на разных предприятиях, формирование ассортимента, организация закупок, поставок, товародвижения и сбыта товаров, сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности.

В конце каждой главы предложены бизнес-кейсы и контрольные вопросы для самопроверки и оценки уровня усвоения теоретического и практического материала.

Для студентов высших и средних специальных учебных заведений, обучающихся по направлению 100700 «Торговое дело», по профилям «Коммерция (по отраслям)», «Электронная коммерция», «Товароведение и экспертиза товаров», «Логистика в торговой деятельности», «Маркетинг в торговой деятельности».

ББК 65.422.1-32я73

ISBN 978-5-238-02319-9

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2012

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания (ФЗ № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г.). Воспроизведение всей книги или какой-либо ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2012

## Оглавление

Введение	3
Глава 1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения	8
1.1. Типологии предприятий	9
1.2. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия	12
1.3. Типы объединений предприятий	17
1.4. Организационный механизм холдинговых компаний	20
<i>Контрольные вопросы</i>	26
<i>Практические задания</i>	27
Глава 2. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий	29
2.1. Принципы и факторы формирования коммерческих служб	30
2.2. Организационное построение отделов коммерческой службы	35
2.3. Организационный механизм формирования многоуровневой системы управления холдингом	38
<i>Контрольные вопросы</i>	41
<i>Практические задания</i>	42
Глава 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности	47
3.1. Роль информации в управлении коммерцией	48
3.2. Источники коммерческой информации для организации хозяйственных связей с контрагентами	54
3.3. Автоматизация процесса информационного обеспечения коммерции	56
3.4. Технические средства сбора, обработки и передачи информации	61
3.5. Защита коммерческой информации	63
3.6. Сущность и модели электронной коммерции	66
<i>Контрольные вопросы</i>	68
<i>Практические задания</i>	69
Глава 4. Планирование снабжения, сбыта и организации коммерческой деятельности на предприятиях	70
4.1. Планирование снабжения и закупочной деятельности на предприятии	71

4.2. Планирование сбыта. Специфика сбыта на различных предприятиях	77
4.3. Организация коммерческой деятельности предприятия	87
4.4. Стимулирование сбыта	92
<i>Контрольные вопросы</i>	96
<i>Бизнес-кейс</i>	97
Глава 5. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур	98
5.1. Коммерческая деятельность в оптовой торговле: организация и управление	99
5.2. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам и продажам товаров	104
5.3. Комплексный подход к управлению рисками в оптовой коммерческой деятельности	110
5.4. Коммерческая деятельность в розничной торговле: организация и управление	113
5.5. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия	118
5.6. Торгово-посредническая деятельность на рынке товаров: организация и управление	126
5.7. Механизм проведения торгов на аукционах	143
<i>Контрольные вопросы</i>	150
<i>Практические задания</i>	150
Глава 6. Особенности формирования ассортимента по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности	154
6.1. Ассортимент: параметры, последовательность и формирование	155
6.2. Маркетинговая сбытовая стратегия	160
6.3. Организация закупок и поставок товаров	166
<i>Бизнес-кейс «Особенности поставок и товародвижения продукции»</i>	177
<i>Практическое задание</i>	194
Глава 7. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Коммерческие инновации	196
7.1. Сущность моделей построения и ведения коммерческой деятельности предприятий	197
7.2. Переменные, характеризующие модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий	203
7.3. Методы и концепции построения и ведения коммерческой деятельности предприятий	209

• • • • •