

Дюсембекова Г. Ж, соискатель

Костанайский социально-технический университет имени З. Алдамжара,

г. Костанай, Казахстан

АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

***Аннотация.** В условиях многогранности и сложности экономических отношений между субъектами потребительского рынка существенно возрастает приоритетность и роль инновационных процессов. В статье рассмотрены методы анализа и некоторые направления совершенствования коммерческой деятельности бизнес-структур.*

***Ключевые слова:** бизнес, коммерческая деятельность, коммерческие процессы, экономический анализ, функции анализа.*

Dyusembekova G. Zh, applicant

Kostanay Socio-Technical University named after Z. Aldamzhar,

Kostanay, Kazakhstan

**ANALYSIS AND IMPROVEMENT OF COMMERCIAL
ACTIVITIES** *Abstract. In the conditions of the versatility and complexity of economic relations between the subjects of the consumer market, the priority and role of innovative processes significantly increases. The article considers the methods of analysis and some areas of improving the commercial activities of business structures.*

***Keywords:** business, commercial activity, commercial processes, economic analysis, analysis functions.*

В условиях рыночной экономики одним из ключевых элементов организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности. Мнения по этому поводу у представителей науки и практиков не слишком расходятся, по крайней мере, по ключевым позициям, однако в экономической литературе и в официальных источниках нет единого

определения сущности и содержания категории "коммерческая деятельность". Существует несколько подходов к определению коммерческой деятельности, основные из которых сводятся отождествлению коммерческой деятельности и торговли, либо предпринимательской деятельности.

Что касается важности этой области деятельности предприятий, то это не требует особых доказательств, поскольку роль и значимость коммерческой деятельности понятна любому предпринимателю.

Объектом в коммерческой деятельности в торговле являются коммерческие процессы.

Коммерческие процессы - это, процессы, связанные со сменой форм стоимости, т.е. с куплей и продажей товаров. К коммерческим относятся и такие торговые процессы, которые обеспечивают нормальное осуществление операций купли и продажи товаров в сфере товарного обращения (изучение покупательского спроса, организация хозяйственных связей между поставщиками и покупателями товаров, рекламирование товаров, оптовые закупки и продажа товаров и др.).

Коммерция - слово латинского происхождения (от латинского "коммерциум" - торговля). Однако надо иметь в виду, что термин "торговля" имеет двойное значение: в одном случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства (торговлю), в другом - торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров. Коммерческая деятельность связана со вторым понятием торговли - торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли.

Толковый словарь живого великорусского В.И. Даля определяет коммерцию как "торг, торговлю, торговые обороты, купеческие промыслы". Иначе говоря, эти понятия предполагают осуществление актов купли-продажи с намерением купить дешевле, а продать дороже. В широком смысле под коммерцией часто понимают любую деятельность,

направленную на получение прибыли.

Коммерческая работа в торговле представляет собой обширную сферу оперативноорганизационной деятельности торговых организаций и предприятий, направленную на совершение процессов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и получения прибыли.

Коммерческая деятельность торговых организаций и предприятий охватывает вопросы изучения спроса населения и рынка сбыта товаров, выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров, организации рациональных хозяйственных связей с поставщиками, включая разработку и представление им заявок и заказов на товары, заключение договоров на поставку товаров, организация учета и контроля за выполнением поставщиками договорных обязательств. Кроме того, коммерческая работа торговых предприятий включает организацию оптовой и розничной продажи товаров, установление договорных связей с покупателями товаров (в опте), формирование оптимального ассортимента, управление товарными запасами, рекламноинформационную деятельность, организацию торгового обслуживания, оказание торговых услуг и другие торговые операции.

При переходе к рыночным отношениям значение коммерческой службы резко возросло.

Работа коммерческой службы оценивается с помощью различных показателей. Однако наиболее точно отражает эффективность коммерческой работы показатель прибыли. Поэтому определение коммерческой деятельности, как деятельности, направленной на получение прибыли, является наиболее распространенным и отражает основной принцип коммерческой деятельности.

Еще совсем недавно, административно-командные методы управления приводили к тому, что коммерческая работа в торговле подменялась в основном распределенческими функциями. Сверху спускались многочисленные плановые задания. Также распределялись фонды. От

работников нижестоящих торговых звеньев требовалось лишь неукоснительное выполнение того, что было решено директорами сверху.

Организация коммерческой деятельности в современных условиях строится на основе принципа полного равноправия торговых партнеров по поставкам товаров, хозяйственной самостоятельности поставщиков и покупателей, строгой материальной и финансовой ответственности сторон за выполнение принятых обязательств.

При переходе предприятий на полную хозяйственную самостоятельность, самофинансирование и самоуправление, с развитием предпринимательства и рыночных отношений коренным образом меняются принципы и методы коммерческой работы и формирования товарных ресурсов. В основе формирования товарных ресурсов лежит переход от централизованного их распределения к свободной продаже на биржах и ярмарках, развитие прямых хозяйственных связей с изготовителями товаров, повышение роли договоров поставки. Новые принципы формирования товарных ресурсов кардинально меняют характер, содержание и оценку работы коммерческого аппарата. Если в условиях централизованного административного управления коммерческие достоинства торгового работника оценивались в первую очередь по его способности "выколачивать товарные фонды", то при рыночной экономике качество коммерческой работы зависит, прежде всего от умения активно изыскивать товары, реализуемые в порядке свободной продажи, способствовать своей деятельностью развитию промышленных, сельскохозяйственных предприятий разных форм собственности, кооперативов, лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, материальных стимулов, интереса к изготовлению нужных для населения товаров.

Актуальной задачей коммерческого аппарата торговых организаций и предприятий является вовлечение в товарооборот продукции предприятий-изготовителей разных форм собственности и различных организационно-правовых структур, поставщиков-посредников, граждан, занимающихся

индивидуально-трудовой деятельностью, зарубежных поставщиков и других источников.

В связи с этим необходимо расширять сферу договорных отношений с поставщиками и изготовителями товаров, повышать эффективность и действенность договоров поставки. Договоры поставки должны активно воздействовать на производство для равномерного увеличения выпуска товаров народного потребления, изготовления их из дешевого альтернативного сырья, формировать оптимальный ассортимент товаров для торговой сети.

Важными задачами коммерческой службы в торговле являются изучение и прогнозирование емкости региональных и товарных рынков, развитие и совершенствование рекламно-информационной деятельности, координация закупочной работы среди поставщиков и потребителей. Для этого необходимо широко использовать прогрессивный опыт зарубежного маркетинга, позволяющий успешно организовать коммерческую деятельность предприятий в условиях рынка.

На современном этапе коммерческая работа торговых организаций и предприятий должна способствовать расширению сферы внешнеэкономической деятельности с использованием различных форм экономико-финансовых связей (бартер, клиринг, расчеты в свободно конвертируемой валюте и др.). Для выполнения этих задач коммерческим работникам необходимо хорошо знать свой экономический район и его природные богатства, реально оценивать состояние промышленности, сельского хозяйства, производственные возможности и ассортимент изделий, вырабатываемых на промышленных предприятиях.

Для изучения поставщиков и их возможностей работники коммерческих служб должны принимать участие в работе товарных бирж, оптовых ярмарок, выставок-продаж и выставок-просмотров образцов лучших и новых изделий, следить за рекламными объявлениями по радио и телевидению, в газетах и журналах, бюллетенях спроса и предложений, за

перспективами и т.п.

Целесообразно посещать производственные предприятия (поставщиков) для ознакомления с их производственными возможностями, объемом и качеством выпускаемой продукции, принимать участие в совещаниях с работниками промышленности. Во главе торговых предприятий, коммерческих служб должны стоять квалифицированные специалисты: товароведы-коммерсанты, экономисты-менеджеры, финансисты, хорошо знающие коммерческую работу.

Весьма актуальна задача компьютеризации процессов управления коммерческой работой по оптовым закупкам и оптовой продаже товаров.

Электронизация коммерческих операций позволяет создать информационную систему обработки и передачи коммерческой информации, составляющую техническую основу рыночной, маркетинговой деятельности в сфере товарного обращения.

В целом можно сказать, что предприятие имеет все предпосылки к развитию, несмотря на критическое финансовое состояние, так как коммерческая деятельность вносит положительные результаты в деятельность фирмы.

Список использованной литературы:

1. Ashurov, M.S., Kurpayanidi, K. (2020). Entrepreneurship and directions of its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice. Globe Edit Academic Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>
2. [Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan](#) Konstantin Kurpayanidi and Alisher Abdullaev Published online: 20 May 2021 Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805027>
3. Davlyatova, G.M., and etc. (2020). Marketing as the main factor in introducing innovative products to the market. ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. Volume: 10, Issue: 5. P.430-437. Doi: <https://dx.doi.org/10.5958/2249-7137.2020.00229.3>
4. Ivanovich, K. K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan.

- South Asian Journal of Marketing & Management Research, 10(5), 17-28.
Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>
5. Kurpayanidi, K. (2021). National innovation system as a key factor in the sustainable development of the economy of Uzbekistan. Published online: 20 May 2021. Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805026>
 6. Kurpayanidi, K. (2021). Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана. Общество и инновации, 2(4/S), 201–212. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp201-212>
 7. Kurpayanidi, K. I. (2017). "Doing Business 2017: Equal Opportunities for All" as a Driver of Entrepreneurial Environment Regulation. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 16(3 (462)).
 8. Kurpayanidi, K. I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 9(65), 1.
 9. Kurpayanidi, K. I. (2018). World bank DB2018 rating and its place in the development of the roadmap for entrepreneurship development in Uzbekistan. In International scientific review of the problems of economics and management (pp. 21-28).
 10. Kurpayanidi, K. I. (2019). Theoretical basis of management of innovative activity of industrial corporation. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (69), 7-14. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.01.69.3>
 11. Kurpayanidi, K. I. (2020). Actual problems of implementation of investment industrial entrepreneurial potential. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (81), 301-307. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.01.81.54>
 12. Kurpayanidi, K. I. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (2-1).
 13. Kurpayanidi, K. I. (2020). On the problem of macroeconomic analysis and forecasting of the economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (83), 1-6. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.03.83.1>
 14. Kurpayanidi, K. I. (2020). To issues of development of entrepreneurship in the regions: theory and practice of Uzbekistan (on the materials of Andizhan region). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 06 (86), 1-10. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.06.86.1>
 15. Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (89), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>

16. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *Theoretical & Applied Science*, (1), 1-7. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>
17. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1> .
18. Kurpayanidi, K. I. (2021). The evolution of scientific and theoretical ideas about entrepreneurship. *Logistics and economics. Scientific electronic journal*.3. 178-185 pp.
19. Kurpayanidi, K. I. (2021). The institutional environment of small business: opportunities and limitations. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 1-9.
20. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). COVID-19 pandemic sharoitida tadbirkorlik va uni rivozhlantirish masalalari: nazaria va amaliyot. Monograph. GlobeEdit Academic Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>
21. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). Entrepreneurship and directions of Its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice.
22. Kurpayanidi, K. I., & Mukhsinova, S. O. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.3>
23. Kurpayanidi, K. I., Mamatova, Z. M., Tolibov, I. S., & Nishonov, F. M. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. *Достижения науки и образования*, 22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>
24. Kurpayanidi, K., & Abdullaev, A. (2021). Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 258, p. 05027). EDP Sciences.
25. Kurpayanidi, K.I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (65): 1-8. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.09.65.1>
26. Kurpayanidi, K.I. (2018). The typology of factors of increasing the innovative activity of enterprise entrepreneurs in the industry. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (66), 1-11. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.10.66.1>

27. Kurpayanidi, K.I. (2020). Some issues of macroeconomic analysis and forecasting of the economy of Uzbekistan. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*. 2, mart-aprel. p.100-108.
28. Kurpayanidi, K.I., (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Journal of Economy and Business*. 2-1. P.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>
29. Mamatova, Z. M., Nishonov, F.M. end ets. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. *Dostijeniya nauki I obrazovaniya*. 7 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>
30. Mamurov, D. (2019). Osobennosti podderzhki innovacionnoj dejatel'nosti: zarubezhnyj opyt i praktika dlja Uzbekistana. *Bjulleten' nauki i praktiki*, 5 (11), 255-261. Doi: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/29>
31. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., Abdullaev, A. M., & Kurpayanidi, K. I. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>
32. Mukhsinova, S. O. end ets. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22.
33. Nabieva, N. M. (2021). Digital marketing: current trends in development. *Theoretical & Applied Science*, (2), 333-340. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.02.94.65>
34. Tkach, D. V. and ets. (2020). Some questions about the impact of the COVID-19 pandemic on the development of business entities. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 11 (91), 1-4. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.11.91.1>
35. Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & ets. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: *A Theoretical Review. International Journal of Management Science and Business Administration*, 7(2), 35-41.
36. Абдуллаев, А. М. Экономическая теория: Учебное пособие для проведения практических занятий. Для неэкономических направлений бакалавриата высших образовательных учреждений / А. М. Абдуллаев, К. И. Курпаяниди, И. Н. Родионова. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2019. – 145 с. – ISBN 9785907205512.

37. Ашуров, М.С. и др. (2019). «Doing business 2019: Training for Reform» тадбиркорлик мухити самарадорлигини баҳолаш воситаси сифатида. *Экономика и финансы (Узбекистан)*. 9.
38. Ашуров, М.С. и др. (2020). COVID-19 пандемия шароитида тадбиркорлик ва ривожлантириш масалалари: назария ва амалиёт - Предпринимательство и направления его развития в условиях пандемии COVID-19: теория и практика. GlobeEdit, С. 212. Doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4025593>
39. Курпаяниди К. Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана // ОИИ. 2021. №4/S. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-tsifrovizatsii-v-industrialnom-sektore-ekonomiki-uzbekistana> (дата обращения: 12.09.2021).
40. Курпаяниди, К. И. (2018). К вопросам оценки эффективности предпринимательства в рейтинге Forbes «Лучшие страны для бизнеса» (на материалах Республики Узбекистан). *Бюллетень науки и практики*. Т. 4. №3. С. 193-202. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.1198710>
41. Курпаяниди, К. И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. *Бюллетень науки и практики*, 7(9).
42. Курпаяниди, К. И. Актуальные вопросы инновационной стратегии развития территорий Узбекистана / К. И. Курпаяниди, А. М. Абдуллаев // Финансово-правовые и инновационные аспекты инвестирования экономики региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции, Москва-Фергана, 27 мая 2020 года. – Москва-Фергана: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2020. – С. 166-171.
43. Курпаяниди, К. И. Вопросы ведения бизнеса в условиях цифровизации экономики / К. И. Курпаяниди // Управление инновационными и инвестиционными процессами и изменениями в условиях цифровой экономики: Сборник научных трудов по итогам III международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 27–28 октября 2020 года / Под редакцией Г.А. Краюхина, Г.Л. Багиева. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 126-133.
44. Курпаяниди, К. И. Вопросы оценки предпринимательской среды для успешного ведения бизнеса / К. И. Курпаяниди, Э. А. Муминова // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования : монография. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 28-41.
45. Курпаяниди, К., & Ашуров, М. (2021). Проблемы формирования конкурентоспособной национальной инновационной системы Республики

- Узбекистан. *Общество и инновации*, 2(4/S), 213–223.
<https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp213-223>
46. Курпаяниди, К., Абдуллаев, А., & Мухсинова, Ш. (2021). Analysis of the macroeconomic policy of the Republic of Uzbekistan. *Общество и инновации*, 2(6/S), 248-252.
47. Курпаяниди, К.И. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и бизнес: теория и практика - Journal of Economy and Business*. 2-1. С.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>
48. Курпаяниди, К.И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. *Бюллетень науки и практики*. 7(9).
49. Курпаяниди, К.И. (2021). Создание малых предприятий: саморазвитие или интеграционное развитие, какой путь выбирают страны мира. *Проблемы современной экономики*, 3.
50. Мамуров, Д. (2021). Инновационная система предприятия как основа модернизации современной промышленной корпорации. *Общество и инновации*, 2(4/S), 322–328. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp322-328>
51. Толибов, И. Ш. (2019). К вопросу оценки состояния и эффективности инфраструктуры предпринимательства в регионах Узбекистана. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (1).