

## **Содержание:**

# **Введение**

Целью курсовой работы является изучить и проанализировать коммерческую деятельность всех спортивных организаций на примере компании “UMBRO”

Задачи курсовой работы:

- Ознакомиться с организационной структурой отдела продаж компании
- Понять структуру работы отдела продаж компании
- Определить задачи отдела продаж компании
- Проанализировать ассортимент и политику продвижения компании

Чтобы найти ответы на поставленные задачи, были выбраны данные методы:

- Работа в компании
- Наблюдение за работой отдела продаж компании
- Общение с отделом продаж компании
- Опрос коллег по работе, на вышестоящей должности
- Изучение архивных и литературных источников

Объект исследования:

Британская Компания Umbro, была основана в 1924 году.

Британский производитель и поставщик спортивной одежды и экипировки, расположенный в районе Чидл, Большой Манчестер ,Англия

Компания Umbro более 80 лет была одним из главных поставщиков спортивной одежды для Английской Премьер-Лиги и Кубка Англии.

Данная тема курсовой является актуальной, так как в современной жизни существование таких больших компаний является нестабильными за счёт большой конкуренции и трудной ситуации в мире и политике.

# **Глава 1. Теоретические основы организации коммерческой деятельности.**

## **1.1. Понятие и сущность коммерческой деятельности.**

Коммерция (от лат. commercium – торговля) – это вид торгового предпринимательства или бизнеса, но бизнеса благородного, того бизнеса, который является основой любой по-настоящему цивилизованной рыночной экономики. С появлением в X – XII вв. торговых посредников (посреднических групп) – офеней, коробейников, купцов и прасолов, началось развитие коммерческой деятельности в России. Основным объектом занятия российского купечества, что являлось в российском обществе почетным сословием, в XIX – начале XX вв. была коммерческая деятельность. Россия в этот период достигла высочайшего уровня искусства коммерции.

Понятие коммерческая деятельность в современном деловом языке используется в нескольких значениях. В широком смысле коммерческая деятельность – это любая деятельность, направленная на получение прибыли.

Таким образом понятие коммерческой деятельности приближает нас к понятию предпринимательства (бизнеса). В узком значении коммерческая деятельность связывается с деятельностью торговых организаций.

Предпринимательская деятельность часто не ограничивается коммерческими процессами и может предполагать организацию разработки и налаживание производства продукции или услуги, причем эти задачи могут иметь ключевое значение. В то же время деятельность, связанная с закупками и продажами, осуществляется не только в предприятиях торговли, а имеет место во всех видах предпринимательства. Для этого на любом современном предприятии должны быть специалисты, владеющие методами коммерческой работы. Однако именно в торговых организациях присутствует коммерческая деятельность в чистом виде. Именно поэтому «Коммерческая деятельность» рассматриваемая как экономическая дисциплина подразумевает собой организацию коммерческих процессов главным образом на предприятиях сферы обращения, т. е. использует узкую трактовку определяемого понятия.

Таким образом, коммерческая деятельность – это деятельность юридических и физических лиц, связанная с осуществлением операций купли-продажи в целях удовлетворения спроса и получения прибыли.

Сущность коммерческой деятельности заключается в том, чтобы реализовывать между субъектами рынка коммерческие отношения, которые становятся доминирующими в условиях рыночно ориентированной экономики. Именно для стимулирования производства, активизации товаро-денежных обменов, развития потребности эти отношения нужны. Поэтому коммерческая деятельность, занимает ведущее место и имеет приоритетное значение в рыночной экономике и является ее объективно необходимой категорией.

Суть коммерческой деятельности состоит в комплексном подходе к организации совокупности коммерческих процессов и операций, направленных на выполнение коммерческих функций при осуществлении товарно-денежного обмена на всех его фазах.

Объектом коммерческой деятельности является все, что подлежит купле – продаже, это могут быть вещи, услуги, деньги, товары, ценные бумаги и иное имущество, информация и т.д.

Главной целью коммерческой деятельности является получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. На рынке товаров и услуг для организаций и предприятий, а так же для отдельных лиц, осуществляющих операции купли – продажи эта цель очень важна.

## **1.2. Виды коммерческой деятельности.**

Выделяют семь основных видов коммерческой деятельности:

- Оптовая торговля
- Розничная торговля
- Многоуровневый сетевой маркетинг, торговля на дому
- Дистанционная торговля
- Телемагазины
- Интернет торговля
- Торговля по каталогам (посылочная торговля)

Разберём каждый из видов:

- Оптовая торговля—это продажа каких-либо товаров большими партиями, для дальнейшей перепродажи либо для личных или предпринимательских целей покупателя, по оптимальной цене, так называемой «оптовой». Важнейшая задача оптовой торговли – планомерно регулировать товарное предложение в соответствии со спросом.
- Розничная торговля— это продажа товаров(услуг) не в большом количестве, осуществляемое через предприятия розничной торговли(магазины, палатки, павильоны и др.). Объектом розничной торговли является покупатель, приобретающий товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью.
- Многоуровневый сетевой маркетинг, торговля на дому(MultiLevelMarketing, сокр. – MLMили МЛМ)—это один из способов продвижения товаров на рынке, где дистрибьютер имеет заинтересованность не просто продавать товар, а привлечением в этот бизнес ещё больше дистрибьюторов. Таким образом, главный смысл многоуровневого маркетинга в том, что создаётся состоящая из нескольких уровней иерархическая организация, все члены которой остро заинтересованы в продаже товаров потребителям. Прибыль, получаемая в результате такой продажи, распределяется между всеми членами организации в соответствии с их положением в иерархии.
- Дистанционная торговля—это любая форма розничной торговли, при которой потребитель(покупатель) не сам забирает купленный им товар, а товар доставляется ему на дом или в место где ему удобно его забрать.
- Телемагазины—Это исключительно капиталоемкий способ продаж, поскольку для его работы требуется выделение отдельной федеральной частоты вещания и создание лицензированной телекомпании, зато по объему продаж такая компания вполне может сравниться с крупным реальным супермаркетом. В России пока этот вид коммерческой деятельности не сильно развит.
- Интернет торговля—это предпринимательская деятельность в которой продажи осуществляются с помощью использования электронных средств обмена данными. В основе электронной коммерции лежат новые информационные технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными.

- Торговля по каталогам(посылочная торговля)– это оптовая,розничная торговля,в которой характерно доставка товаров через почтовые отправления и выбор товаров при помощи каталог и иных информационных источников.

## **1.3. Управление коммерческой деятельностью в организации.**

Коммерческая деятельность организаций разных форм собственности и разных видов деятельности не протекает сама по себе. Для осуществления коммерческой деятельности с целью удовлетворения запросов потребителей, обеспечения функционирования предприятия необходимо ею управлять. Изучение и совершенствование управления коммерческой деятельностью – постоянная задача руководителя организации.

Управление коммерческой деятельностью можно рассматривать как систему управления.

Система управления – совокупность всех элементов, подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное (целенаправленное) осуществление коммерческой деятельности.

Для системы управления коммерческой деятельностью необходимо:

- Разработать цели осуществления коммерческой деятельности;
- Распределить функции производства и управления коммерческой деятельностью;
- Распределить задания между работниками;
- Установить порядок взаимодействия работников и последовательность выполняемых ими функций;
- Приобрести или модернизировать технологию производства продукции, торгово-технологического процесса;
- Наладить систему стимулирования, снабжение и сбыта;
- организовать производство продукции и торгово-технологический процесс.

Структура управления состоит из четырех подсистем:

- методология управления, в неё входит:
  - -цены и задачи

- -законы и принципы
- -функции
- -средства и методы
- процесс управления, к нему относятся:
- -коммуникации
- -варианты управления
- -разработка и реализация решений
- -информационное обеспечение
- структура управления в себя включает:
- -функциональные структуры
- -организационные структуры
- -системы обучения и повышение квалификации персонала
- техника управления, в неё входит:
- -оргтехника
- -офисная мебель
- -сети связи
- -система документооборота
- -компьютерная техника

### **Вывод по первой главе**

Исходя из выше сказанного могу сделать вывод, что коммерческая деятельность появилась в далекой древности, и идёт в ногу со временем. Таким образом она является неотъемлемой частью операций купли - продажи. Ведь главной целью коммерческой деятельности является удовлетворение потребностей покупателя через акт купли - продажи, что в наше время очень важный аспект в жизни человека. Со временем видов коммерческой деятельности становится все больше и больше, что показывает нам рост развития этой деятельности.

В процессе развития коммерческой деятельности можно наблюдать, как она охватила большую часть рыночных отношений за счёт новых технологий и новых потребностей покупателя. К обычной торговле прибавилось уйма других видов, отношений покупателя и продавца, которые упрощают выбор продукции и при этом не затрачивается много времени на то, чтобы забрать товар или посмотреть его.

Замечая как в наше время все быстро развивается и у людей становится очень мало времени, коммерческая деятельность упрощает один из аспектов жизни человека. Исходя из этого можно понять, что коммерческой деятельности нужно

все больше и больше коммерсантов, чтобы этот механизм работал ещё быстрее.

Россия на данный момент не может похвастаться развитием всех видов коммерческой деятельности, но при этом ещё с древних времён она являлась лидером в этой сфере.

## **Глава 2. Организация работы отдела продаж в компании “UMBRO”**

### **2.1. Общая характеристика спортивной организации.**



**Рисунок 1. Логотип организации.**

Начало Компании зарождалось в 1923 году, в это время, в Англии проходило важное для страны событие – Финал Кубка по футболу, впервые проходивший на стадионе Уэмбли, который собрал целый стадион болельщиков. Именно тогда зарождалась культура футбольных фанатов и этот вид спорта в Англии, стал самым настоящим культом.

И в это время, обычный Портной, Харольд Хамфрис увидел для себя хорошую возможность развить свой бизнес.

На тот Момент у Харольда и у его Родного Брата уже была небольшая швейная компания «Humphreys Brothers Clothing», которую они открыли в 1920 году. Решив поменять деятельность своей Компании, братья переименовывают свою фирму, используя сокращённый вариант от «Humphreys Brothers Clothing» и в итоге, их новое детище получает название “Umbro”, что несомненно больше подходит под марку спортивной одежды. В качестве основного и фирменного логотипа основатель выбрал изображение двойного ромба.

Изначально Харольд планировал шить одежду для футбольных фанатов, количество которых неумолимо росло.

Однако он понимал, что бы раскрутить свой бизнес, ему нужна была более широкая огласка. Харольд поступил умно, он начал привлекать известных футболистов, что и привлекло многих футбольных фанатов к этому бренду.

Поэтому бренд предоставил спортивную форму для Английских футбольных клубов, в которой Команды выигрывали Кубок Англии.

В 1925 году Компания пользовалась таким спросом, что напарники-братья решили организовать собственную службу по доставке товара, которая в 1928 году стала работать круглосуточно и обязалась доставить заказ в течении 48 часов.

Наиболее громко бренд заявил о себе в 1934 году, когда представил миру футболки, для пошива которых “Umbro” первыми использовали высококачественный перуанский хлопок и технологичную ткань, мягкую на ощупь, которую затем внедрили в своё производство остальные спортивные марки!

Не останавливаясь завоёвывать рынок, годом позже “Umbro” вновь «взрывают» рынок спортивной одежды выходом новинки – шорт “Fricshunfree”. Раскрашенные в яркие сочные цвета, они были сшиты из нейлона и обеспечивали хорошую поддержку и свободу передвижения.

Мало того, в 1938 году фирменная спортивная форма Английского бренда выдавалась победителям в качестве награды.

### **Немного о сотрудничестве с Россией.**

В России Umbro являлся поставщиком спортивной одежды для футбольного клуба «Динамо» в периоды 1992-1997 и 2006-2011 гг.

В Российской Премьер-Лиге сезона 2012-2013 Umbro являлась техническим спонсором футбольных клубов таких как:

- «Крылья Советов»
- «Алания»
- «Рубин».

В сезоне 2013/14 компания полностью ушла из высшей российской футбольной лиги, однако в сезоне 2014/15 футбольный клуб «Урал»



Достиг договоренности о сотрудничестве с Umbro на 2 года.

В январе 2015 года Umbro стал поставщиком формы для «Сатурна», который выступает в зоне Запад второго дивизиона.

Ранее Umbro сотрудничали с ПФК ЦСКА дважды: с 1991 года по 1994 и с 2000 года по 2008. В Период второго сотрудничества ЦСКА одержал несколько громких побед, в том числе выиграл Кубок УЕФА в 2005 году.

В январе 2018 года было объявлено о начале третьего сотрудничества ПФК ЦСКА и Umbro, которое началось с сезона 2018/2019.

Сегодня Umbro производит все виды спортивной одежды, включая бутсы и тренировочную форму. Umbro также производит повседневную одежду, в том числе линию британского дизайнера Кима Джонса. Компания поставляет спортивную форму известнейшим командам мира.

С самого создания Umbro поставляет форму многим известным профессиональным командам. Первый комплект формы был выпущен в 1934 году для команды «Манчестер Сити», которая в том же году выиграла Кубок Англии по футболу. На протяжении многих лет Umbro являлась поставщиком формы для профессиональных команд и арбитров. На Чемпионате мира по футболу 1966 года 15 команд из 16 носили форму Umbro. Кроме футбольной тематики, Umbro также производит спортивные комплекты для регбийных команд и легкоатлетов.

Помимо основной своей деятельности - производство формы, Umbro занимается и спонсорской деятельностью. Так, Umbro является официальным поставщиком Кубка Англии по футболу и официальным спонсором нового стадиона «Уэмбли».

Вместе с тем, в последние годы многие известные футбольные клубы уходят от Umbro к Nike и Adidas (в частности, «Манчестер Юнайтед», «Челси», «Селтик»). Также от услуг Umbro отказался и давний партнёр - Футбольная ассоциация Англии, с которой они сотрудничали на протяжении 60-ти лет. В 2014 году от услуг Umbro отказался чемпион Английской Премьер-лиги 2011/12 футбольный клуб «Манчестер Сити», перешедший на форму Nike.

В 1952 году бренду удостоилась честь одеть сборную Англии для Летних Олимпийских Игр.

В последствии ещё последующие 20 Лет во время Олимпиады на участниках можно было увидеть форму Бренда.



В 1985 году в Бразилии Umbro представила свои первые футбольные бутсы, которые стали производиться двумя годами позже.

**Рисунок 2. Первые бутсы Компании**

## **2.2. Организационная структура отдела продаж компании “UMBRO”**

Начнем с того, что отдел продаж – это незаменимый структурный элемент организации или предприятия, осуществляющий производство продукции или оказание услуг с дальнейшей продажей.

Функции отдела продаж:

- Поиск и систематизация информации
- Выявление сильных и слабых сторон конкурентов
- Организация процесса маркетинговых исследований

- Определение уровня конкуренции в секторе товара выпускаемой продукции
- Анализ существующих сетей сбыта продукции
- Составление по результатам маркетинговых исследований оптимистических, пессимистических средневзвешенных прогнозов развития рынка
- Анализ существующей системы снабжения
- Выявление сильных и слабых сторон предприятия относительно своих конкурентов
- Разработка стратегии развития предприятия на основе осуществлённых прогнозов развития рынка выпускаемой продукции
- Проведение экономического анализа ассортимента выпускаемой продукции

## **Рисунок 12. Схема организационной структуры отдела продаж компании “UMBRO”.**

### **Вывод по второй главе**

В ходе исследования, работая в в компании “UMBRO”. были выявлены как хорошие так и плохие стороны работы компании. Основные из них:

- Компания делает большой акцент на маркетинге
- В компании делается большой акцент на результат с учетом внимательно изученного маркетологами человеческого фактора
- История компании является основой
- Все правила и нормы созданы совместной работой, большого коллектива компании
- Компания выделяет главным желанием покупателя и следит за тенденциями как в спорте так и в моде
- Компания делает все для того, чтобы вырваться в перед по чистой прибыли компании, забывая о материальном положении населения

Исходя из этих пунктов можно сделать вывод что Umbro как и все крупные компании старается выйти вперёд и не уходить в убыток, по моему мнению это не плохо, ведь конкуренция большая и нужно соответствовать стандартам. Могу выделить лишь то, что даже в кризисные времена компания все равно старалась делать все для покупателей, но к сожалению в данное время с экономическим и мировым положением компании требуется немного отбросить один из материальных классов населения, при этом сделав отдельную линейку одежды и обуви для менее обеспеченного слоя население, путь даже не такого премиального качества, этим самым компания оправдывая себя, и по моему мнению и опыту

работы считается самой лучшей компанией на сегодняшний день.

Статика доказывает мои слова ведь эксперты выяснили, что 18% посетителей большую часть денежных средств предпочитают тратить в магазинах UMBRO

## **Заключение**

В итоге, мы имеем компанию с крайне развитой внутренней структурой, пришедшей в российскую экономику к концу перестройки. Несомненным является тот факт, что компания Umbro занимает большой сегмент отрасли производства спортивной одежды, наряду с компаниями Nike, Puma и др. На первый взгляд может показаться, что крупные иностранные бренды образуют своего рода олигополию и не позволяют отечественной экономике развиваться в полную силу.

Однако я уверен, что именно подобного рода интервенции в российский бизнес и поощряют развитие нашей экономики. Ведь на примере структурной организации данных компаний отечественные предприниматели могут выстраивать собственный бизнес, так и происходит.

Практически все компании, действующие в отрасли производства спортивной одежды, включая «Спортмастер», «Кант» с точностью перенимают западный образец. К тому же крупные зарубежные корпорации способствуют увеличению занятости населения, особенно молодёжи, её дальнейшему освоению мира корпоративной жизни. Ведь такие фирмы, как Umbro, привносят на российский рынок не только, отточенный до совершенства механизм внутреннего управления, но и своего рода деловую этику, принятую на Западе. А ведь из-за того, что рыночная экономика существует в нашем государстве всего навсего два десятилетия, то мы можем с уверенностью заявить, что в этом плане нам следует равняться на западный образец.

Таким образом Umbro готовит высококвалифицированные профессиональные кадры, которые в дальнейшем смогут помогать нашей экономике развиваться в правильном русле.

## **Список литературы**

1. Абрютинa, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие / М.С. Абрютинa, А.В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 2017.
2. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – Москва: СИНТЕГ, 2017.
3. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление / Р.И. Бунеева. – М.: Феникс, 2017.
4. Васильева, Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник/ Л.С. Васильева, М.В. Петровская - М., КНОРУС, 2017.
5. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность / Т.Н. Жукова. – М.: Вектор, 2017.
6. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2016.
7. Коммерческая деятельность / И.М. Синяева и др. – М.: Юрайт, 2017.
8. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. – М.: Феникс, 2017.
9. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. – Москва: Мир, 2017.
10. <https://www.umbro.com/ru-ru/>
11. <https://yandex.ru/turbo/s/ru.wikipedia.org/wiki/Umbro>